

**ANALISIS PERJANJIAN PENJUALAN PRODUK MS GLOW  
PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR 5 TAHUN 1999 TENTANG  
LARANGAN PRAKTIK MONOPOLI DAN PERSAINGAN USAHA  
TIDAK SEHAT DAN FIQH MUAMALAH  
(Studi Kasus di MS Glow Solo Store)**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada

Fakultas Syariah

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Hukum



Oleh :

**HANIFAH SYARIFATUL ISTIQOMAH**

**NIM. 19.21.1.1.161**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH (MU'AMALAH)  
JURUSAN HUKUM EKONOMI SYARIAH DAN FILANTROPI ISLAM  
FAKULTAS SYARIAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID  
SURAKARTA**

**2023**

**ANALISIS PERJANJIAN PENJUALAN PRODUK MS GLOW  
PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR 5 TAHUN 1999 TENTANG  
LARANGAN PRAKTIK MONOPOLI DAN PERSAINGAN USAHA  
TIDAK SEHAT DAN FIQH MUAMALAH  
(Studi Kasus di MS Glow Solo Store)**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Hukum  
Dalam Bidang Ilmu Hukum Ekonomi Syariah

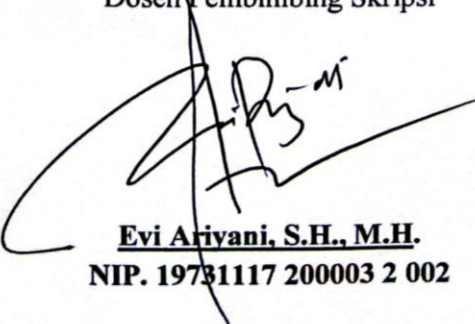
Disusun Oleh :

**HANIFAH SYARIFATUL ISTIQOMAH**

**NIM. 19.21.1.1.161**

Surakarta, 14 Maret 2023

Disetujui dan Disahkan Oleh :  
Dosen Pembimbing Skripsi



**Evi Arivani, S.H., M.H.**  
**NIP. 19731117 200003 2 002**

## SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

NAMA . : HANIFAH SYARIFATUL ISTIQOMAH

NIM : 19.21.1.1.161

PROGRAM STUDI : HUKUM EKONOMI SYARIAH (MUAMALAH)

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul **“ANALISIS PERJANJIAN PENJUALAN PRODUK MS GLOW PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR 5 TAHUN 1999 TENTANG LARANGAN PRAKTIK MONOPOLI DAN PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT DAN FIQH MUAMALAH (Studi Kasus di MS Glow Solo Store)”**

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku .

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surakarta, 14 Maret 2023

Penyusun



Hanifah Syarifatul Istiqomah

NOTA DINAS

Hal : Skripsi  
Sdr : Hanifah Syarifatul Istiqomah

Kepada Yang Terhormat  
Dekan Fakultas Syariah  
Universitas Islam Negeri (UIN)  
Raden Mas Said  
Di Surakarta

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Hanifah Syarifatul Istiqomah NIM : 19.21.1.1.161 yang berjudul :

**ANALISIS PERJANJIAN PENJUALAN PRODUK MS GLOW PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR 5 TAHUN 1999 TENTANG LARANGAN PRAKTIK MONOPOLI DAN PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT DAN FIQH MUAMALAH (Studi Kasus di MS Glow Solo Store)”**

Sudah dapat dimunaqasyahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Hukum dalam bidang Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)

Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasyahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Surakarta, 14 Maret 2023  
Dosen Pembimbing



**Evi Ariyani, S.H., M.H.**  
NIP. 19731117 200003 2 002

**PENGESAHAN**

**ANALISIS PERJANJIAN PENJUALAN PRODUK MS GLOW  
PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR 5 TAHUN 1999 TENTANG  
LARANGAN PRAKTIK MONOPOLI DAN PERSAINGAN USAHA  
TIDAK SEHAT DAN FIQH MUAMALAH  
(Studi Kasus di MS Glow Solo Store)**

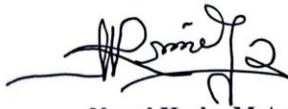
Disusun Oleh :

**HANIFAH SYARIFATUL ISTIQOMAH**

**NIM. 19.21.1.1.161**

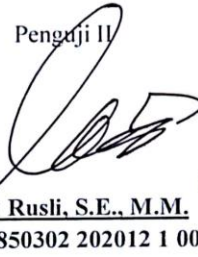
Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqasyah  
Pada hari Selasa tanggal 11 April 2023 / 20 Ramadhan 1444 H  
Dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar  
Sarjana Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)

Penguji I



**Nurul Huda, M.Ag.**  
NIP. 19760829 200501 1 002

Penguji II



**Moch Rusli, S.E., M.M.**  
NIP. 19850302 202012 1 004

Penguji III



**H. Sholakhuddin Sirizar, M.A.**  
NIP. 19720610 200312 1 011

Dekan Fakultas Syariah



**Dr. Ismail Yahya, MA**  
NIP. 19750409 199903 1 001

## MOTTO

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ... ﴿١﴾

“Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu...” (QS. Al-Ma’idah : 1)

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ

تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ... ﴿٢٩﴾

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

## **PERSEMBAHAN**

Dengan niat dan usaha penuh yang tertuang dalam proses pembuatan skripsi ini, maka dengan penuh bangga pula saya mempersembahkan skripsi ini untuk orang-orang baik yang telah hadir dikehidupan saya khususnya untuk :

1. Bapak Margono dan Ibu Ari Sulisty Handayani yang telah menjadi orang tua yang berusaha keras dan penuh kasih sayang untuk anak-anaknya.
2. Kakak-kakak dan adik-adik saya yang juga sedang berjuang untuk masa depan masing-masing dan saling mendukung satu sama lain.
3. Dosen-dosen Fakultas Syariah dan guru-guru yang telah membagi ilmunya.
4. Teman-teman HES E 2019 yang telah memberikan makna kebersamaan dan keceriaan.
5. Teman-teman organisasi dan komunitas yang telah membagi pengalamannya dan memberikan banyak pengalaman untuk saya.
6. Teman-teman dekat yang selalu menerima kehadiran saya dan berbagi suka dukanya.

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan skripsi di Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Mas Said Surakarta didasarkan pada Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158/1987 dan 0543 b/U/1987 tanggal 22 Januari 1988. Pedoman transliterasi tersebut adalah:

### 1. Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, sedangkan dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf serta tanda sekaligus. Daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin adalah sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	šad	š	Es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)



ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	za	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	...‘...	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamza h	...’...	Apostrop
ي	Ya	Y	Ye

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

### a. Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I
ـُ	Dammah	U	U

Contoh:

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	كتب	Kataba
2.	ذكر	Ẓukira
3.	يذهب	Yazhabu

### b. Vokal Rangkap

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
أ...ى	Fathah dan ya	Ai	a dan i
أ...و	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh :

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	كيف	Kaifa
2.	حول	Ḥaula

### 3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut :

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
أ...ي	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
أ...ي	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas

أ...و	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas
-------	----------------	---	---------------------

Contoh:

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	قال	Qāla
2.	قيل	Qīla
3.	يقول	Yaqūlu
4.	رمي	Ramā

#### 4. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua (2), yaitu :

- Ta Marbutah hidup atau yang mendapatkan harakat fathah, kasrah atau dammah transliterasinya adalah /t/.
- Ta Marbutah mati atau mendapat harakat sukun transliterasinya adalah /h/.
- Apabila pada suatu kata yang di akhir katanya Ta Marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang /al/ serta bacaan kedua kata itu terpisah maka Ta Marbutah itu ditransliterasikan dengan /h/.

Contoh :

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	روضة الأطفال	Rauḍah al-aṭfāl / rauḍatul aṭfāl
2.	طلحة	Ṭalḥah

#### 5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau Tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda yaitu tanda Syaddah atau Tasydid. Dalam transliterasi ini tanda Syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda Syaddah itu.

Contoh :

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	رَبَّنَا	Rabbanā
2.	نَزَّل	Nazzala

## 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam bahasa Arab dilambangkan dengan huruf yaitu ال. Namun dalam transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf Syamsiyyah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf Qamariyyah.

Kata sandang yang diikuti oleh huruf Syamsiyyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu. Sedangkan kata sandang yang diikuti oleh huruf Qamariyyah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti dengan huruf Syamsiyyah atau Qamariyyah, kata sandang ditulis dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan kata sambung.

Contoh :

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	الرَّجُل	Ar-rajulu
2.	الْجَلال	Al-Jalālu

## 7. Hamzah

Sebagaimana yang telah disebutkan di depan bahwa Hamzah ditransliterasikan dengan apostrof, namun itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Apabila terletak diawal kata maka tidak dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa huruf alif. Perhatikan contoh berikut ini :

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	أكل	Akala
2.	تأخذون	Ta'khużuna
3.	النوء	An-Nau'u

## 8. Huruf Kapital

Walaupun dalam sistem bahasa Arab tidak mengenal huruf kapital, tetapi dalam transliterasinya huruf kapital itu digunakan seperti yang berlaku dalam EYD yaitu digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu didahului oleh kata sandangan maka yang ditulis dengan huruf kapital adalah nama diri tersebut, bukan huruf awal atau kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan tersebut disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka huruf kapital tidak digunakan.

Contoh :

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
	و ما محمد إلا رسول	Wa mā Muhammadun illā rasūl
	الحمد لله رب العالمين	Al-ḥamdu lillāhi rabbil 'ālamīna

## 9. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata baik fi'il, isim, maupun huruf ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka penulisan kata tersebut dalam transliterasinya bisa dilakukan dengan dua cara yaitu bisa dipisahkan pada setiap kata atau bisa dirangkai.

Contoh :

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
	وإن الله لهو خير الرازقين	Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn / Wa innallāha lahuwa khairur-rāziqīn
	فأوفوا الكيل والميزان	Fa aufū al-Kaila wa al-mīzāna / Fa auful-kaila wal mīzāna

## KATA PENGANTAR

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Alhamdulillah, puji syukur atas limpahan Rahmat, hidayah dan karunia Allah SWT, sehingga karya tulis skripsi yang berjudul **“ANALISIS PERJANJIAN PENJUALAN PRODUK MS GLOW PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR 5 TAHUN 1999 TENTANG LARANGAN PRAKTIK MONOPOLI DAN PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT DAN FIQH MUAMALAH (Studi Kasus di MS Glow Solo Store)”** dapat terselesaikan dengan baik dan penuh keberkahan. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan studi jenjang Strata 1 (S1) Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah}, Fakultas Syariah UIN Raden Mas Said Surakarta.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, nasihat, dan saran dari berbagai pihak yang telah meluangkan waktu dan tenaganya. Untuk itu, dengan penuh rasa syukur penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Mudhofir, S.Ag., MPd. selaku Rektor UIN Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. Ismail Yahya, S.Ag., M.A. selaku Dekan Fakultas Syariah UIN Raden Mas Said Surakarta.
3. Dr. Ah. Kholis Hayatuddin, M.Ag. selaku Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam
4. Masjupri, S.Ag., M.Hum. selaku Sekretaris Jurusan Hukum Ekonomi Syariah.
5. Muhammad Julijanto, S.Ag., M.Ag. selaku Koordinator Prodi Hukum Ekonomi Syariah.
6. Nurul Huda, M.Ag. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing penulis selama menempuh studi
7. Evi Ariyani, S.H., M.H. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran sehingga dapat membimbing penyusunan skripsi ini secara maksimal.

8. Dosen-dosen penguji yang telah memberi masukan sehingga skripsi ini menjadi lebih baik dan seluruh dosen Fakultas Syariah yang telah membekali ilmu untuk menyusun skripsi ini.
9. Bapak, Ibu, Kakak-kakak dan Adik-adik serta orang terdekat yang telah memberi dukungan secara materil dan immateril.
10. Kak Maria selaku Owner MS Glow Solo Store yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian. Kak Ardila selaku Admin MS Glow Solo Store dan beberapa konsumen yang telah memberikan informasi.
11. Semua pihak yang berjasa dalam penyusunan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebut satu persatu.

Dengan segala kekurangan dalam skripsi ini, penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.

*Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.*

Surakarta, 14 Maret 2023

Penyusun

Hanifah Syarifatul Istiqomah

NIM. 19.21.1.1.161



## ABSTRAK

HANIFAH SYARIFATUL ISTIQOMAH, NIM : 19.21.1.1.161,  
“ANALISIS PERJANJIAN PENJUALAN PRODUK MS GLOW  
PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NOMOR 5 TAHUN 1999 TENTANG  
LARANGAN PRAKTIK MONOPOLI DAN PERSAINGAN USAHA  
TIDAK SEHAT DAN FIQH MUAMALAH (Studi Kasus di MS Glow Solo  
Store)”.

Dunia bisnis tidak lepas dari sebuah persaingan yang dilakukan agar bisnis lebih unggul. Sebenarnya persaingan merupakan hal wajar dilakukan, namun tidak jarang terdapat persaingan usaha tidak sehat. Adanya perjanjian penetapan harga jual kembali berdampak pada persaingan usaha tidak sehat antar mitra bisnis. Hal ini terjadi pada praktik penjualan produk MS Glow di MS Glow Solo Store yang menjual paket wajah MS Glow dengan harga yang lebih rendah dari harga *user* yang telah ditetapkan perusahaan MS Glow dengan alasan mengikuti harga pasar yang dibuat mitra bisnis lain agar dapat bersaing. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui praktik perjanjian penetapan harga produk MS Glow dalam perspektif Undang-Undang Antimonopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dan Fiqh Muamalah.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan metode pendekatan Miles dan Huberman. Data diperoleh dari data primer melalui wawancara pihak MS Glow Solo Store dan konsumen dan data sekunder dari buku, jurnal, skripsi, *website*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan *participant observation*, wawancara dan dokumentasi terkait permasalahan.

Hasil penelitian ini ialah dari Undang-Undang Antimonopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dilarang melakukan penetapan harga jual kembali terlebih mengakibatkan persaingan usaha tidak sehat sehingga perjanjian tidak memenuhi syarat sah perjanjian. Dari fiqh muamalah, perjanjian dilakukan dengan terpaksa karena kebutuhan bisnis sehingga harus dilakukan. Unsur terpaksa tersebut bertentangan dengan prinsip akad yaitu prinsip kerelaan atau suka sama suka. Sehingga akad tersebut dinyatakan sebagai akad tidak shahih karena tidak memenuhi syarat atau unsur akad atau akad bathil.

**Kata Kunci : Perjanjian, Penetapan Harga, Persaingan Usaha Tidak Sehat.**

## **ABSTRACT**

**HANIFAH SYARIFATUL ISTIQOMAH, NIM : 19.21.1.1.161,  
"ANALYSIS OF MS GLOW PRODUCT SALES AGREEMENT  
PERSPECTIVE OF LAW NUMBER 5 OF 1999 CONCERNING  
PROHIBITION OF MONOPOLY PRACTICES AND UNFAIR BUSINESS  
COMPETITION AND FIQH MUAMALAH (Case Study at MS Glow Solo  
Store)".**

The business world cannot be separated from competition carried out in order for the business to be superior. Although competition is a natural occurrence, unfair business competition is not uncommon. The existence of a price-fixing resale agreement affects unfair business competition among business partners. It occurs in the practice of selling MS Glow products at the MS Glow Solo Store, which sells MS Glow face packs at a lower price than the MS Glow company's user price to compete by following market prices set by other business partners. This study aims to learn about the practice of price-fixing agreements for MS. This study aims to learn about the practice of price-fixing agreements for MS Glow products in light of Antimonopoly and Unfair Business Competition Laws as Fiqh Muamalah.

Miles and Huberman approach is used in this type of research. Primary data were obtained through interviews with MS Glow Solo Store and consumers, and secondary data were obtained from books, journals, theses, and websites. Participant observation, interviews, and problem-related documentation were used to collect data.

According to the findings of this study, it is illegal to fix resale prices, especially if it results in unfair business competition. Thus, the agreement does not fulfill the legal requirements of the agreement. According to fiqh muamalah, the agreement was made by force because of business needs so it had to be done. The forced element is contrary to the principle of the contract, namely the principle of consent or consensual. So that the contract is declared as an invalid contract because it does not fulfill the terms or elements of the contract or a false contract.

**Keywords: Agreement, Price Fixing, Unfair Business Competition.**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI .....	iii
HALAMAN NOTA DINAS .....	iv
HALAMAN PENGESAHAN MUNAQASYAH .....	v
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
HALAMAN PEDOMAN TRANSLITERASI.....	viii
KATA PENGANTAR .....	xv
ABSTRAK .....	xvii
DAFTAR ISI .....	xix
DAFTAR TABEL .....	xxi
DAFTAR GAMBAR .....	xxii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxiii

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	9
E. Kerangka Teori.....	10
F. Tinjauan Pustaka.....	12
G. Metode Penelitian .....	16
H. Sistematika Penulisan .....	21

### **BAB II TINJAUAN UMUM TENTANG UU ANTIMONOPOLI DAN PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT DAN FIQH MUAMALAH**

A. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat .....	22
1. Konsep dan Tujuan Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat .....	27

2. Pengertian Perjanjian dan Larangannya .....	27
3. Perjanjian Penetapan Harga Jual Kembali .....	33
B. Fiqh Muamalah.....	37
1. Pengertian Fiqh Muamalah .....	37
2. Perjanjian atau Akad .....	39

### **BAB III PRAKTIK PERJANJIAN PENJUALAN PRODUK MS GLOW DI MS GLOW SOLO STORE**

A. Latar Belakang Berdirinya MS Glow Solo Store .....	47
1. Lokasi dan Waktu Operasional MS Glow Solo Store.....	47
2. Produk yang dijual MS Glow Solo Store .....	48
3. Sistem Pemasaran MS Glow Solo Store .....	50
B. Praktik Perjanjian Penjualan Produk MS Glow di MS Glow Solo Store.....	52

### **BAB IV ANALISIS PERJANJIAN PENJUALAN PRODUK MS GLOW PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NO 5 TAHUN 1999 DAN FIQH MUAMALAH**

A. Analisis Praktik Perjanjian Penjualan Produk MS Glow di MS Glow Solo Store.....	65
B. Analisis Praktik Perjanjian Penjualan Produk MS Glow di MS Glow Solo Store Perspektif Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dan Fiqh Muamalah ....	69
1. Analisis Praktik Perjanjian Penjualan Produk MS Glow di MS Glow Solo Store Perspektif Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 .....	69
2. Analisis Praktik Perjanjian Penjualan Produk MS Glow di MS Glow Solo Store Perspektif Fiqh Muamalah .....	73

### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	77
B. Saran .....	78

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1 : Daftar Harga Produk MS Glow .....	50
Tabel 2 : Hasil Analisis Perjanjian Penjualan Produk MS Glow .....	75
Tabel 2 : Hasil Analisis Syarat Sahnya Perjanjian .....	76

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Data Seller Resmi MS Glow .....	58
Gambar 2 : <i>Review</i> Konsumen Paket Wajah di Shopee MS Glow Solo Store ....	62
Gambar 3 : Harga Paket Wajah di Shopee MS Glow Pusat .....	66
Gambar 4 : Harga Paket Wajah di TikTok MS Glow Solo Store .....	67
Gambar 5 : Informasi Pemberian Gift di Instagram MS Glow Solo Store .....	68

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 : Jadwal Penelitian

Lampiran 2 : Surat Izin Penelitian

Lampiran 3 : Pedoman Wawancara

Lampiran 4 : Hasil Wawancara

Lampiran 5 : Perjanjian atau Peraturan Penjualan MS Glow

Lampiran 6 : List Harga Resmi Produk MS Glow

Lampiran 7 : Foto Dokumentasi

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Hakikatnya manusia merupakan makhluk sosial yang saling membutuhkan, dapat disebut sebagai muamalah. Kegiatan muamalah ini seperti jual beli, gadai, pemindahan hutang, sewa-menyewa, dan lainnya.<sup>1</sup> Pada jual beli, setiap manusia memiliki cara masing-masing memproduksi ataupun menjual barang dan/atau jasa dengan sebab banyak persepsi yang hadir dan meluas dikehidupan masyarakat.<sup>2</sup>

Penjualan produk merupakan syarat mutlak berlangsungnya suatu bisnis atau usaha karena aktivitas penjualan ialah sumber penghasilan utama suatu perusahaan. Semakin banyak penjualan maka semakin banyak pula pendapatan yang diperoleh. Untuk mencapai penjualan yang maksimal maka sangat diperlukan upaya agar konsumen tertarik dan memiliki sifat loyal berbelanja.<sup>3</sup>

Di era globalisasi sekarang ini, perkembangan digital telah berkontribusi pada kegiatan ekonomi. Dengan dukungan teknologi yang

---

<sup>1</sup> Anita Roikhatul Janah, "Jual Beli Dengan Sistem Banting Harga Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus di Toko Baju Appleblossom Purwokerto)", *Skripsi Tidak Diterbitkan*, Prodi Hukum Ekonomi IAIN Purwokerto, Purwokerto, 2021, hlm. 2.

<sup>2</sup> Muh Rafly Nurfaizy, "Tinjauan Fiqh Muamalah Larangan Menjual dibawah Harga Pasar", *Skripsi Tidak Diterbitkan*, Prodi Ilmu Hukum UIN Alauddin Makassar, Makassar, 2018.

<sup>3</sup> Syamril, "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pada Lakita Cell di Kota Makassar", *Skripsi Tidak Diterbitkan*, Universitas Muammadiyah Makassar, Makassar, 2021, hlm. 22.



semakin canggih, mudah dan cepat dalam kegiatan ekonomi, telah berdampak pada pola *supply* dan *demand* pelaku usaha dari segi pemasaran, pembelian, sistem pembayaran dan lainnya sehingga mempermudah transaksi jual beli.<sup>4</sup> Terlebih pada tahun 2019 adanya pandemi Covid-19 yang membatasi kegiatan tatap muka, maka *E-Commerce* sangat membantu untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Menurut Gubernur BI Doni P Joewono, berdasarkan data tren digital dari Dana Moneter Internasional (IMF), Indonesia menjadi salah satu negara dengan pertumbuhan *E-Commerce* tertinggi pada masa pandemi Covid-19 yaitu sebesar 50% dan 60% hanya di Indonesia dan Singapura. Di Cina pertumbuhan *E-Commerce* dibawah 20% dan di Jepang dan Amerika Serikat pertumbuhan *E-Commerce* dibawah 30%.<sup>5</sup> Tahun 2020 pertumbuhan transaksi *E-Commerce* mencapai Rp. 253 triliun dan diproyeksi tahun 2021 tumbuh sebesar Rp. 337 triliun.<sup>6</sup> Berdasarkan data sementara Bank Indonesia (BI) transaksi *E-Commerce* tahun 2022 mencapai Rp. 476,3 triliun dan target

---

<sup>4</sup> Adam Luthfi, dkk, *Statistik E-Commerce 2021*, (Jakarta : Badan Pusat Statistik, 2021), hlm. 1.

<sup>5</sup> Ahmad Fikri, "BI Proyeksikan Transaksi E-Commerce 2023 tumbuh 12%" dikutip dari <https://ekonomi.republika.co.id/berita/roqem1490/bi-proyeksi-transaksi-ecommerce-2023-tumbuh-12-persen> diakses pada tanggal 7 Mei 2023 pukul 14.00 WIB

<sup>6</sup> Kominfo, "E-Commerce Semakin Gurih" dikutip dari <mailto:www.kominfo.go.id/content/detail/32999/bisnis-e-commerce-semakin-gurih/0/artikel> diakses pada tanggal 26 April 2023 pukul 14.15 WIB

BI sebesar Rp. 489 triliun. Untuk prediksi tahun 2023, *E-Commerce* masih bisa tumbuh sebesar 12%.<sup>7</sup>

*E-Commerce* menjadi peluang bisnis yang menjanjikan dengan pesatnya kemunculan perusahaan-perusahaan berbasis transaksi online. Salah satunya bisnis yang menggunakan *E-Commerce* ialah industri kosmetik.<sup>8</sup> Industri kosmetik merupakan salah satu industri yang bertahan pada masa pandemi. Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) mencatat adanya kenaikan jumlah perusahaan kosmetik sebesar 20,6% dari tahun 2021 ke tahun 2022.<sup>9</sup> Tahun 2019 tercatat ada 797 industri kosmetik besar dan kecil dan menengah (IKM) di Indonesia. Pada tahun sebelumnya terdapat 760 perusahaan yang artinya tahun 2019 mengalami peningkatan jumlah industri kosmetik. Dan dari 797 industri kosmetik nasional, terdapat 294 industri kosmetik yang terdaftar di Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM).<sup>10</sup>

Mengacu dari data Nielsen and Euromonitor tentang pertumbuhan penjualan produk kecantikan bertumbuh sejak 2017 sebesar 11,99% dengan kontribusi sebesar Rp. 19 Triliun. Sementara itu, dari data Statistika

---

<sup>7</sup> Ahmad Fikri, "BI Proyeksikan Transaksi E-Commerce 2023 tumbuh 12%" dikutip dari <https://ekonomi.republika.co.id/berita/roqem1490/bi-proyeksi-transaksi-ecommerce-2023-tumbuh-12-persen> diakses pada tanggal 7 Mei 2023 pukul 14.00 WIB

<sup>8</sup> Irwan Satria Wibowo, "Dampak E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce Bukalapak", *Skripsi* Tidak Diterbitkan, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, 2020, hlm. 3.

<sup>9</sup> Ivan Aditya, "Perusahaan Kosmetik di Indonesia Tumbuh 20,6 Persen" dikutip dari <http://www.krjogja.com/peristiwa/read/497680/perusahaan-kosmetik-di-indonesia-tumbuh-206-persen> diakses pada tanggal 26 April 2023 pukul 13.10 WIB.

<sup>10</sup> Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, "Perubahan Gaya Hidup Dorong Industri Kosmetik" dikutip dari <http://kemenperin.go.id/artikel/21460/Perubahan-Gaya-Hidup-Dorong-Industri-Kosmetik> diakses pada tanggal 26 April 2023 pukul 13.09 WIB.

pertumbuhan produk kecantikan atau kosmetik secara global turun sekitar 6,46% di tahun 2021. Pada tahun 2022 presentase penjualan diperkuat melalui penjualan daring mencapai 25,2% karena ditahun 2020 mengalami penurunan 8% dengan presentase lebih rendah yaitu 13,25% dibandingkan tahun 2019 yang naik 5,25% karena adanya pandemi Covid-19.<sup>11</sup>

Faktor pertumbuhan industri kosmetik dikarenakan adanya kepedualian untuk merawat diri, terlebih dari masa ke masa tren produk kecantikan tersebar dengan beragam jenis. Berdasarkan laporan Euromonitor Internasional 2022, pertumbuhan *revenue sales beauty* dan *personal care* mengalami peningkatan untuk semua kategori dengan presentase tertinggi pada perawatan kulit atau *skin care* sebesar 29,6%, perawatan rambut atau *hair care* sebesar 21,5% dan *bath & shower* sebesar 12,2%.<sup>12</sup> Indonesia sendiri merupakan negara yang mengonsumsi produk halal terbesar didunia, baik dari makanan, minuman, obat-obatan dan lainnya. Indonesia tercatat sebagai negara yang mengonsumsi kosmetik halal terbesar di dunia setelah India yaitu sebesar 4,19 Miliar Dolar AS sedangkan India sebesar 5,88 Miliar Dolar AS.<sup>13</sup>

---

<sup>11</sup> Naomi Adisty, “Tumbuh Pesat, Pemakaian Produk Kecantikan di Indonesia Kian Meningkat” dikutip dari <http://goodstats.id/article/menilik-meningkatkannya-konsumsi-produk-kecantikan-di-indonesia-LcQed> diakses pada tanggal 26 April 2023 pukul 13.11 WIB.

<sup>12</sup> Ivan Aditya, “Perusahaan Kosmetik di Indonesia Tumbuh 20,6 Persen” dikutip dari <http://www.krjogja.com/peristiwa/read/497680/perusahaan-kosmetik-di-indonesia-tumbuh-206-persen> diakses pada tanggal 26 April 2023 pukul 13.10 WIB.

<sup>13</sup> Naomi Adisty, “Tumbuh Pesat, Pemakaian Produk Kecantikan di Indonesia Kian Meningkat” dikutip dari <http://goodstats.id/article/menilik-meningkatkannya-konsumsi-produk-kecantikan-di-indonesia-LcQed> diakses pada tanggal 26 April 2023 pukul 13.11 WIB.

Seperti halnya kemunculan MS Glow tahun 2013 didirikan oleh Shandy Purnamasari dan Maharani Kemal melalui sistem penjualan online ini menjadi salah satu *beauty brand* yang digemari masyarakat Indonesia. MS Glow ini memiliki arti *Magic for Skin* yang diharapkan produk MS Glow dapat menjadi solusi permasalahan kulit. Produk yang dijual MS Glow diantaranya ialah produk kosmetik dan perawatan tubuh yang dipastikan sudah bersertifikasi BPOM dan halal yang diperuntukkan untuk orang-orang yang butuh perawatan mulai usia 17 tahun tanpa terkecuali ibu hamil dan ibu menyusui.<sup>14</sup>

Didirikan dari sebuah keinginan untuk selalu terlihat cantik dan sehat, kini MS Glow sudah memiliki 14 klinik di kota-kota besar Indonesia dengan nama MS Glow Aesthetic Clinic sebagai pelengkap produk-produknya dan sebagai tempat kepercayaan konsumen untuk berkonsultasi dan memberikan solusi perawatan wajah dan tubuh seperti *Laser, Meso, Skin Rejuvenation, V Shape, Microdermabrasi. Beauty Transformation*, dan lainnya yang ditangani langsung oleh ahlinya. Selain itu, MS Glow juga menyediakan aplikasi pendeteksi jenis kulit wajah dan berkonsultasi melalui video dengan nama MS Glow Skin Analyzer.<sup>15</sup>

MS Glow juga memiliki distributor yang disebut dengan Agen yang dapat mendirikan store dengan *stock offline* agar mempermudah konsumen untuk menjangkau disetiap kota, dan untuk *reseller* dan *member* hanya

---

<sup>14</sup> <https://ms-glow.store/blog/about-tentang-ms-glow> diakses pada tanggal 2 November 2022 pukul 17.20 WIB

<sup>15</sup> <http://msglowid.com/about/brandstory> diakses pada tanggal 2 November 2022 pukul 17.20 WIB

diperbolehkan untuk menjual produk secara online. Dengan kualitas produk yang unggul disertai dengan pemanfaatan teknologi, tidak heran jika banyak masyarakat yang memakai produk MS Glow. Hal ini pun juga beriringan dengan semakin banyaknya minat masyarakat untuk menjadi agen atau *reseller* ataupun *member* MS Glow. Dengan banyaknya Mitra Bisnis MS Glow tersebut perusahaan memiliki peraturan terkait larangan bagi para distributor terkait penjualan produk MS Glow. Salah satu larangannya ialah larangan untuk menjual produk MS Glow dengan *Cutting Price* atau memangkas harga. Kenyataannya mitra bisnis menjual dibawah harga yang telah ditetapkan perusahaan. Penjualan paket wajah untuk *user* yang harusnya dijual dengan harga pusat Rp. 300.000 dijual dengan harga yang lebih rendah.

Kegiatan penjualan produk MS Glow ini termasuk kategori kegiatan yang merusak persaingan usaha sehat karena pihak perusahaan menetapkan harga untuk para mitra bisnisnya, sehingga mereka tidak memiliki kebebasan menentukan harga jual. Namun disisi lain hal ini juga berakibat pada persaingan tidak sehat antar mitra bisnis yang menjual produk MS Glow jauh dibawah harga yang telah ditetapkan. Permasalahan ini juga dialami oleh salah satu Mitra Bisnis MS Glow yakni MS Glow Solo Store yang berstatus agen resmi MS Glow, telah beroperasi secara online selama 4 tahun (mulai 2018) dengan Seller ID : MSGLOW03.129.15. Untuk menjalankan bisnisnya, MS Glow Solo Store yang beroperasi di Jl. Pakel No. 56, Bonangan, Sumber, Kec. Banyuanyar, Kota Surakarta ini juga menggunakan *platform* belanja online yaitu Shopee dengan tautan toko [shopee.co.id/msglow.solostore](https://shopee.co.id/msglow.solostore) dan

Tik Tok Shop dengan tautan toko [http://www.tiktok.com/@msglow\\_soloSTORE](http://www.tiktok.com/@msglow_soloSTORE).<sup>16</sup>

Akan tetapi MS Glow Solo Store menjual produk MS Glow dengan harga yang lebih rendah dari harga pusat yang harusnya Rp. 300.000. Produk tersebut meliputi paket MS Glow yang terdiri dari paket Whitening Series, Acne Series, Luminous Series dan Ultimate Series yang dijual dengan harga mulai dari Rp. 236.550 – 284.050 di Shopee dan Rp. 225.000 di Tik Tok Shop. Dengan bertambahnya persaingan diantara Mitra Bisnis MS Glow yang menjual produk paket wajah dibawah harga pusat, tidak heran bila diantara mereka yang juga memainkan harga dengan menurunkan harga jual lebih rendah dari harga pusat MS Glow untuk menarik minat konsumen.<sup>17</sup>

Dalam hukum positif, ketentuan terkait larangan praktik persaingan usaha tidak sehat terdapat di Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Tujuan dari<sup>18</sup> Seorang pelaku usaha dilarang mengadakan perjanjian dengan pelaku usaha lain untuk melarang menjual kembali barang atau jasa tersebut dibawah harga yang telah ditetapkan. Hal ini ada di pasal 8 dan biasanya perjanjian ini

---

<sup>16</sup> Adella, Admin MS Glow Solo Store, *Wawancara Pribadi*, 11 Januari 2023, Jam 10.00 - 11.00 WIB.

<sup>17</sup> *Ibid.*

<sup>18</sup> Rizka, “Tinjauan Yuridis Integrasi Vertikal Perspektif Hukum Persaingan Usaha (Studi Kasus Putusan KPPU : 13/KPPU-1/2019)”, *Skripsi* Tidak Diterbitkan, Prodi Ilmu Hukum/Hukum Keperdataan Universitas Hasanuddin Makassar, Makassar, 2022, hlm. 3-4.

ditetapkan dengan maksud untuk mempertahankan nama baik produsen atau merek tertentu.<sup>19</sup>

Islam mengajarkan bahwa semua kegiatan usaha boleh dilakukan asal tidak bertentangan dengan nilai-nilai Islam dan kegiatan bisnis bukan hanya untuk mencari uang namun juga keberkahan sehingga ketika melakukan kegiatan usaha yang tidak sehat maka akan hilang keberkahan tersebut.<sup>20</sup> Islam memiliki beberapa prinsip yang harus dipenuhi ketika bermuamalah, yang dalam hal ini berkaitan erat dengan perjanjian atau akad. Salah satu prinsip tersebut ialah prinsip kerelaan atau suka sama suka. Dalam kegiatan muamalah jika tidak mengedepankan prinsip kerelaan maka akad muamalahnya menjadi batal.<sup>21</sup>

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk mengangkat persoalan dengan melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Perjanjian Penjualan Produk Ms Glow Perspektif Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Dan Fiqh Muamalah (Studi Kasus di MS Glow Solo Store)”**.

---

<sup>19</sup> Sudiarto, *Pengantar Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*, (Jakarta : Kencana, 2021), hlm. 8-13.

<sup>20</sup> Muhlizar, “Larangan Praktik Monopoli Barang Dalam Perspektif Hukum Positif Dan Hukum Islam”, hlm. 64.

<sup>21</sup> Junaidi Abdullah, “Analisi Asas Konsensualisme Di Lembaga Keuangan Syariah”, *Iqtishadia* Vol. 8, No. 2, 2015, hlm. 298.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka permasalahannya dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana Praktik Perjanjian Penjualan Produk MS Glow di MS Glow Solo Store?
2. Bagaimana Praktik Perjanjian Penjualan Produk MS Glow di MS Glow Solo Store Perspektif Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dan Fiqh Muamalah?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk Mengetahui Praktik Perjanjian Penjualan Produk MS Glow di MS Glow Solo Store.
2. Untuk Mengetahui Praktik Perjanjian Penjualan Produk MS Glow di MS Glow Solo Store Perspektif Hukum Positif dan Fiqh Muamalah.

## **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat teoritis maupun praktis secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu untuk memperkaya ataupun memperkuat keilmuan yang sudah ada yang tidak lain berkaitan dengan



praktik penjualan sudut pandang Fiqh Muamalah dan UU Antimonopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan penulis dan mahasiswa terkhusus untuk prodi Hukum Ekonomi Syariah serta semua civitas akademik UIN Raden Mas Said Surakarta dan pihak-pihak yang membaca penelitian ini.
- b. Sebagai informasi dan masukan untuk pelaku usaha agar dapat mentaati segala peraturan yang ada.

## E. Kerangka Teori

### 1. Undang-Undang Antimonopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat ini ada dengan harapan dapat menciptakan iklim usaha yang kondusif melalui pemerataan pengaturan persaingan antara pelaku usaha besar, menengah dan kecil sehingga diharapkan akan menciptakan keadilan aktivitas bisnis.<sup>22</sup>

Pada Undang-Undang ini bagian ketentuan umum dicantumkan bahwa “Perjanjian merupakan suatu perbuatan satu atau lebih pelaku usaha untuk mengikatkan diri terhadap satu atau lebih usaha dengan nama apapun, baik tertulis maupun tidak tertulis”.<sup>23</sup> Terdapat pula

---

<sup>22</sup> Asmah dan Melantik Pompegading, “Implementasi Hukum Persaingan Usaha Di Masa Pandemi Bagi UMKM Di Kota Makassar”, *Jurnal Persaingan Usaha* Vol. 1, No. 1, 2021, hlm. 7.

<sup>23</sup> Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 33, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3817).

beberapa perjanjian yang dilarang, salah satunya ialah perjanjian penetapan harga. Dalam pasal 8 “Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang membuat persyaratan bahwa penerima barang dan atau jasa tidak akan menjual atau memasok kembali barang dan atau jasa yang diterimanya dengan harga yang lebih rendah daripada harga yang telah diperjanjikan sehingga dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat.”<sup>24</sup>

## 2. Fiqh Muamalah

Perjanjian atau akad secara bahasa berasal dari kata *ar-rabthu* dengan arti menghubungkan, mengikat atau mengikat antara beberapa ujung sesuatu.<sup>25</sup> Proses pembentukan kata akad ini berasal dari adanya sejumlah istilah yang digunakan berkaitan dengan perjanjian-persetujuan-perikatan (*ahdu-wa'du-aqdu*) dalam QS. Ali Imron : 76 dan QS. Al-Maidah : 1<sup>26</sup>

بَلَىٰ مَنْ أَوْفَىٰ بِعَهْدِهِ ۖ وَاتَّقَىٰ فَإِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَّقِينَ ﴿٧٦﴾

“(Bukan demikian), sebenarnya siapa yang menepati janji (yang dibuat)nya dan bertakwa, Maka Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertakwa.” (QS. Ali Imron : 76)

<sup>24</sup> Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 33, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3817).

<sup>25</sup> Abd Mison, *Fiqh Muamalah Al-Maaliyah : Hukum Ekonomi dan Bisnis Syariah*, (Yogyakarta : CV. Bintang Semesta Media, 2021), hlm. 15-18.

<sup>26</sup> Andri Soemitra, *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah di Lembaga Keuangan dan Bisnis Kontemporer*, (Jakarta : Kencana, 2019), hlm. 39.

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ۚ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَىٰ عَلَيْكُمْ غَيْرِ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ ۗ إِنَّ اللَّهَ تَحَكُّمٌ مَا يُرِيدُ ﴿١﴾

“Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya.” (QS. Al-Maidah : 1)<sup>27</sup>

Akad merupakan perbuatan atau pernyataan yang bertujuan untuk menunjukkan suatu keridhoan bertransaksi diantara dua orang atau lebih, sehingga terhindar dari suatu ikatan yang tidak berdasarkan syara'. Dan syarat sahnya akad ialah 1) adanya subjek perikatan atau orang yang akad (*Āqid*); 2) adanya objek perikatan atau sesuatu yang diakadkan (*Ma'qūd al-Āqd*); 3) tujuan perikatan (*Maudhū al-Āqd*); dan 4) ijab dan kabul (*Ṣīghat al-Āqd*).<sup>28</sup>

## F. Tinjauan Pustaka

Penelitian mengenai UU Antimonopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dan Fiqh Muamalah sudah banyak diteliti. Namun sepanjang penelusuran, kajian tentang UU Antimonopoli dan persaingan usaha tidak sehat dan Fiqh Muamalah berkaitan dengan Praktik Penjualan Produk MS Glow studi kasus di MS Glow Solo Store ini belum pernah ada yang meneliti. Dan dalam rangka terhindar dari kesamaan penulisan maka penulis

<sup>27</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta : Al-fatih, 2012), hlm. 83.

<sup>28</sup> Syaikh, dkk. *Fikih Muamalah : Memahami Konsep dan Dialektika Kontemporer*, (Yogyakarta : K-Media, 2020), hlm. 23-36.

mencantumkan beberapa skripsi yang penulis temukan terkait permasalahan diatasdiantaranya yaitu :

*Pertama*, skripsi karya Aulia Ma'rifah Jurusan Hukum Ekonomi Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang tahun 2021 dengan judul “Penetapan Harga Suatu Produk Di Bawah Harga Official Store Menurut Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Dan Fiqh Muamalah”. Hasil dari skripsi ini ialah penetapan harga dibawah *official store* boleh dilakukan karena tidak ada perjanjian yang melanggar UU No. 5 Tahun 1999 dan Fiqh Muamalah.<sup>29</sup> Persamaannya ialah sama-sama mengkaji tentang Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Perbedaannya adalah dari segi subjeknya yaitu penelitian ini fokus pada perjanjian perusahaan MS Glow dengan MS Glow Solo Store.

*Kedua*, skripsi karya Siska Dewi Sundari Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah IAIN Kediri tahun 2022 dengan judul “Tinjauan Hukum Perikatan Islam Terhadap Kontrak Member Produk Skincare MS Glow Di Cabang Pamekasan”. Hasil dari skripsi ini ialah perilaku *member* MS Glow yang tidak sesuai dengan perjanjian kontrak seperti menjual dengan harga yang tidak sesuai kontrak, perilaku tidak jujur dan menjual produk selain MS Glow sehingga tindakan ini tidak sesuai dengan teori Hukum

---

<sup>29</sup> Aulia Ma'rifah, “Penetapan Harga Suatu Produk Di Bawah Harga Official Store Menurut Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Dan Fiqh Muamalah (Studi Reseller Skincare Pada Marketplace Shopee)”, *Skripsi* Tidak Diterbitkan, Prodi Hukum Ekonomi Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, Malang, 2021.

Perikatan Islam.<sup>30</sup> Persamaannya ialah sama-sama mengkaji tentang perjanjian MS Glow dengan perbedaan dari sudut pandang dan subjek penelitiannya. penelitian ini menggunakan sudut pandang UU Antimonopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dengan subjek penelitian di MS Glow Solo Store.

*Ketiga*, skripsi Hananda Fitra Ikhsanti dengan judul “Analisis Hukum Islam Dan Fatwa DSN MUI Nomor 10/DSN-MUI/IV/2000 Terhadap Jual Beli Sistem Reseller Dropship Skincare MS Glow Di Ren-Beauty” Jurusan Hukum Ekonomi Syariah UIN Sunan Ampel Surabaya tahun 2022. Hasil dari skripsi ini ialah terdapat pelanggaran terkait mekanisme jual beli sistem *reseller dropship* MS Glow di Ren\_Beauty dimana *reseller* melanggar ketentuan kontrak pusat MS Glow dengan menjual produk rusak atau cacat dibawah harga yang telah ditetapkan. Jadi menurut hukum Islam prakti tersebut diperbolehkan jika ada kesepakatan dengan akad *samsarah* antara *reseller* dengan Ren\_Beauty.<sup>31</sup> Persamaannya ialah sama-sama mengkaji tentang Mitra Bisnis MS Glow dengan perbedaan dari sudut pandang dan subjek penelitiannya. penelitian ini menggunakan sudut pandang UU Antimonopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dan Fiqh Muamalah dengan subjek penelitian di MS Glow Solo Store.

---

<sup>30</sup> Siska Dewi Sundari, “Tinjauan Hukum Perikatan Islam Terhadap Kontrak Member Produk Skincare MS Glow Di Cabang Pamekasan”, *Skripsi* Tidak Diterbitkan, Prodi Hukum Ekonomi Syariah IAIN Kediri, Kediri, 2022.

<sup>31</sup> Hananda Fitra Ikhsanti, “Analisis Hukum Islam Dan Fatwa DSN MUI Nomor 10/DSN-MUI/VI/2000 Terhadap Jual Beli Sistem Reseller Dropship Skincare MS Glow Di Ren\_Beauty”,, *Skripsi* Tidak Diterbitkan, Prodi Hukum Ekonomi Syariah UIN Sunan Ampel Surabaya, Surabaya 2022.

*Keempat*, Jurnal karya Aisyah Dinda Karina dengan judul “Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Terhadap Pelaku Usaha Di Pasar Tradisional”. Hasil dari penelitian ini ialah maraknya praktik usaha tidak sehat yang dilakukan oleh pelaku usaha di pasar tradisional sehubungan dengan pasar modern dimana pihak dinas belum menetapkan sanksi sehingga berdampak negatif ke pelaku usaha di pasar tradisional.<sup>32</sup> Persamaannya ialah sama-sama mengkaji praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat dengan perbedaannya ialah penelitian ini juga menggunakan fiqh muamalah untuk mengkaji permasalahannya. Subjek penelitiannya juga berbeda yakni di MS Glow Solo Store.

*Kelima*, Jurnal karya Yetti, dkk dengan judul “Perspektif Hukum Persaingan Usaha Terhadap Diskriminasi Harga Penjualan Barang Pada Pasar Kaget Dan Pasar Tradisional”. Hasil dari penelitian ini ialah berkaitan dengan pengaturan diskriminasi penjualan barang dan akibatnya dari sudut pandang hukum persaingan usaha. Pelaku usaha di pasar tradisional merasa dirugikan oleh pelaku usaha di pasar kaget karena menjual barang sejenis dengan harga yang lebih murah.<sup>33</sup> Persamaannya ialah sama-sama mengkaji tentang hukum persaingan usaha dengan perbedaannya ialah penelitian ini juga menggunakan fiqh muamalah untuk mengkaji permasalahannya. Subjek penelitiannya juga berbeda yakni di MS Glow Solo Store.

---

<sup>32</sup>Aisyah Dinda Karina, “Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Terhadap Pelaku Usaha Di Pasar Tradisional”, *Jurnal Ilmiah Dunia Hukum* Vol. 3, No. 2, 2019.

<sup>33</sup> Yetti, dkk, “Perspektif Hukum Persaingan Usaha Terhadap Diskriminasi Harga Penjualan Barang Pada Pasar Kaget Dan Pasar Tradisional”, *Recita Review* Vol. 3, No. 2, 2021.

## G. Metode Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan atau bisa disebut sebagai penelitian kasus atau studi kasus, dimana penelitian ini termasuk penelitian kualitatif. Penelitian lapangan (*fieldresearch*) menurut Abdurrahmat Fatoni merupakan penelitian yang dilakukan di lapangan atau lokasi yang dipilih untuk menyelidiki gejala objektif dan untuk menyusun laporan ilmiah.<sup>34</sup> Dan penelitian kualitatif merupakan penelitian berlandaskan filsafat postpositivisme untuk mengkaji realita sosial secara alamiah.<sup>35</sup>

### 2. Sumber Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan data primer dan data sekunder.

#### a. Data Primer

Data primer merupakan data yang didapat langsung dari responden atau objek ataupun yang berhubungan dengan objek penelitian.<sup>36</sup> Data ini didapat penulis dari wawancara dilakukan dengan cara *purposive sampling* sebanyak 6 orang terdiri dari *owner*, admin dan konsumen di MS Glow Solo Store. Selain itu penulis juga

---

<sup>34</sup> Lila Pangestu Hadiningrum, *Metode Penelitian (Sebuah Pengantar Disiplin Keilmuan)*, (Malang : AhlimediaPress, 2020), hlm. 66.

<sup>35</sup> Mayun E. Nggaba, *Metodologi Penelitian di Berbagai Bidang*, (Bandung : Media Sains Indonesia, 2020), hlm. 108.

<sup>36</sup> Pabundu Tika, *Metodelogi Riset Bisnis*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2006), hlm. 57.

mengambil beberapa review konsumen online dari Shopee dan TikTok dengan kriteria konsumen yang memiliki sifat deskriptif terhadap produk atau pelayanan MS Glow Solo Store

b. Data Sekunder

Data sekunder ialah data yang sudah dikumpulkan dan dilaporkan lebih dahulu oleh orang atau instansi luar penelitian.<sup>37</sup>

Data sekunder penelitian ini yaitu buku dan dokumen seperti Jurnal, artikel, skripsi yang berkaitan dengan Fiqh Muamalah ataupun UU Antimonopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

3. Lokasi dan Waktu Penelitian

a. Lokasi penelitian ini ialah di MS Glow Solo Store yang beralamat di Jl. Pakel No. 56, Bonangan, Sumber, Kec. Banyuanyar, Kota Surakarta.

b. Waktu pelaksanaan penelitian empat bulan dimulai bulan Desember sampai Maret.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. *Participant Observation*

*Participant Observation* ini berkaitan dengan peneliti secara langsung terlibat dalam aktivitas sehari-hari orang atau situasi yang diamati sebagai sumber data.<sup>38</sup> Hal ini merupakan tahap awal

---

<sup>37</sup> *Ibid.*

<sup>38</sup> Lila Pangestu Hadiningrum, *Metode Penelitian...*, hlm. 46.



peneliti memperoleh bahan penelitian ini, yaitu berkaitan dengan praktik penjualan produk MS Glow dari sudut pandang konsumen.

b. Wawancara atau *Interview*

Wawancara merupakan kegiatan tanya jawab terjadi antara dua orang atau lebih dimana *interviewer* memberikan pertanyaan yang sudah disiapkan dan memahami segala informasi atau keterangan dari responden. Secara garis besar pedoman wawancara ada dua macam yaitu pedoman terstruktur dan tidak terstruktur.<sup>39</sup> Penulis menggunakan pedoman wawancara terstruktur dimana penulis terlebih dahulu mempersiapkan instrumen pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan. Untuk pemilihan narasumber menggunakan teknik *purposive sampling* dengan mewawancarai :

- 1) *Owner* MS Glow Solo Store yang mengetahui informasi terkait MS Glow dan MS Gow Solo Store
- 2) Admin MS Gow Solo Store yang mengetahui produk MS Glow dan sistem kerja di MS Glow Solo Store
- 3) Konsumen online dan offline MS Gow Solo Store yang mudah dihubungi dan memiliki sifat terbuka atau aktif dalam memberi informasi.

c. Dokumentasi

Penelitian ini juga menggunakan teknik dokumentasi dengan mencari data tentang hal-hal atau variabel berupa catatan, transkrip,

---

<sup>39</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan...*, hlm. 77.

buku, surat kabar, notulen rapat, dan sebagainya.<sup>40</sup> Teknik ini dilakukan dengan mengumpulkan catatan, mengambil gambar, Gambar Layar atau rekaman layar, dan rekam suara untuk mendukung keakuratan data yang didapat dari dokumen yang relevan dengan tema penelitian ini atau dari hasil wawancara dengan subjek penelitian (*Owner*, admin dan Konsumen di MS Glow Solo Store).

#### 5. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun data yang didapat dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan lainnya sehingga dapat disajikan dengan baik dan dapat dipahami orang lain.<sup>41</sup>

Kegiatan analisis menurut Miles dan Huberman terbagi dalam tiga alur, yaitu : (a) reduksi data (*data reduction*), merupakan proses pemilihan, memfokuskan pada penyederhanaan, pengabstralan dan transformasi data yang muncul dari catatan-catatan lapangan; (b) penyajian data (*data display*), merupakan bentuk uraian singkat dengan maksud untuk mempermudah memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya dari yang telah dipahami dan (c) penarikan kesimpulan, merupakan hasil dari penelitian berdasarkan analisis data.<sup>42</sup>

---

<sup>40</sup> Sandu Siyoto, dkk, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta : Literasi Media Publishing, 2015), hlm. 77-78.

<sup>41</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian*, (Bandung : CV. Alfabeta, 2011), hlm. 244.

<sup>42</sup> Hardani, dkk, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, (Yogyakarta : Pustaka Ilmu, 2020), hlm. 163-164.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis deskriptif dengan memaparkan segala data yang berkaitan dengan praktik kegiatan penjualan produk dalam UU Antimonopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dan Fiqh Muamalah untuk selanjutnya segala jenis data yang terkumpul akan dianalisis secara kualitatif. Metode kualitatif ialah suatu metode pemecahan masalah dengan mengumpulkan data dan melukiskan keadaan objek atau peristiwa lalu disusun, dijelaskan, dianalisis dan diinterpretasikan dan kemudian ditarik kesimpulan secara induktif, yaitu pendekatan logika dengan menarik kesimpulan dari hal yang umum menuju ke hal yang bersifat khusus.<sup>43</sup>

Uji validitas data pada penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dengan membandingkan data dari beberapa sumber yang berbeda, membandingkan hasil pengamatan dengan wawancara dilengkapi dengan data yang bersumber dari dokumen-dokumen sehingga peneliti dapat membandingkan data satu dengan data lain.<sup>44</sup> Tirangulasi merupakan model pengecekan data untuk menentukan ketepatan penggambaran fenomena dalam sebuah penelitian.<sup>45</sup>

---

<sup>43</sup> Andi Prastowo, *Menguasai Teknik-Teknik Koleksi Data Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta : Diva Press, 2010), hlm. 13.

<sup>44</sup> Dyah Budiastuti dan Agustinus Bandur, *Validitas Dan Realibilitas Penelitian Dengan Analisis NVIVO, SPSS Dan AMOS*, (Jakarta : Mitra Wacana Media, 2018), hlm. 141.

<sup>45</sup> Bachtiar S Bachri, "Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif", *Jurnal Teknologi Pendidikan* Vol. 10, No. 1, 2010, hlm. 56-57.

## **H. Sistematika Penulisan**

Dalam rangka mempermudah pemahaman dan memperjelas arah pembahasan, maka penulis membagi pembahasan dalam lima bab, yaitu :

Bab I merupakan pendahuluan yang menjelaskan unsur-unsur suatu penelitian ilmiah, yaitu latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat dilakukannya penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II menjelaskan secara teoritis tinjauan umum mengenai UU Antimonopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dan Fiqh Muamalah yang membahas tentang pengertian monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, perjanjian atau akad dan syarat sahnya perjanjian, prinsip perjanjian dan perjanjian yang terlarang.

Bab III merupakan gambaran umum tentang MS Glow Solo Store yang membahas tentang gambaran umum latar belakang berdirinya MS Glow Solo Store, lokasi bisnis, produk yang dijual, serta sistem pemasaran di MS Glow Solo Store.

Bab IV merupakan uraian analisis praktik perjanjian penjualan produk MS Glow di MS Glow Solo Store Perspektif UU Antimonopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dan Fiqh Muamalah

Bab V merupakan penutup yang berisi kesimpulan hasil penelitian dan memberikan saran berkaitan dengan permasalahan yang dibahas dengan tujuan mendapatkan solusi.

**BAB II**  
**TINJAUAN UMUM TENTANG UU ANTIMONOPOLI DAN**  
**PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT DAN FIQH MUAMALAH**

**A. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat**

**1. Konsep dan Tujuan Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat**

Monopoli merupakan penguasaan yang nyata dari satu orang atau lebih pelaku usaha atas suatu pasar barang atau jasa tertentu sehingga pelaku usaha tersebut dapat mengontrol atau menetapkan harga barang atau jasa.<sup>1</sup> monopoli berasal dari bahasa Yunani yaitu *Mono* dengan arti sendiri dan *Polein* dengan arti penjual yang kemudian secara sederhana diartikan sebagai kondisi dimana hanya ada satu penjual yang menawarkan atau *supply* barang atau jasa tertentu. Di USA monopoli disebut dengan “antitrust” yang sebanding dengan istilah “anti monopoli” atau “dominasi” yang digunakan orang Eropa dan ada juga istilah monopoli lainnya yaitu “kekuatan pasar”.<sup>2</sup>

Terdapat beberapa teori yang berkaitan dengan monopoli dalam praktik, teori yuridis tersebut ialah :<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Andi Fahmi Lubis, dkk, *Hukum Persaingan Usaha*, (Jakarta : Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), 2017), hlm. 139.

<sup>2</sup> Temmy Wijaya, “Hukum Anti Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat “, *Universita Nurul Jadid Paiton*, hlm. 23-24.

<sup>3</sup> Triyana Syahfitri, “Perlindungan Hukum Petani Kelapa Terdapat Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Di Indonesia”, *Jurnal Das Sollen* Vol. 5, No. 1, 2021, hlm. 25-26.

- a. Teori Keseimbangan (*balancing*), teori ini fokus pada pertimbangan apakah tindakan seorang pelaku usaha lebih mengarah untuk menghancurkan persaingan atau sebaliknya terlebih dapat mempromosikan persaingan. Teori ini memiliki julukan teori kemasyarakatan karena memperhatikan kepentingan ekonomi dan sosial termasuk didalamnya kepentingan pembisnis kecil.
- b. Teori Per Se, teori ini fokus pada struktur pasar tanpa memedulikan kepentingan ekonomi dan sosial secara menyeluruh. Penganut teori ini disebut dengan structuralist.
- c. Teori *Rule of Reason*, teori ini dilakukan dengan mempertimbangkan dampak negatif yang timbul dari suatu tindakan terhadap persaingan yang memiliki keuntungan secara ekonomis.
- d. Analisis Keuangan (*Output Analysis*), teori ini dilakukan dengan menganalisis tindakan pelaku usaha terkait dengan dampak pada persaingan pasar.
- e. Analisis Kekuatan Pasar (*market power analysis*), teori ini dilakukan dengan menganalisis struktur pasar yang bisa menilai tindakan pelaku usaha melanggar hukum monopoli atau tidak.
- f. Doktrin Pembatasan Tambahan (*ancillary restraint*), tidak semua monopoli atau pembatasan persaingan bisa dikatakan bertentangan dengan hukum. Perbuatan yang dapat dianggap bertentangan dengan hukum ialah perbuatan yang mempengaruhi persaingan secara tidak langsung dan segera.

- g. *Rule of Reason* yang dikembangkan, teori ini dianggap melarang apa yang baik untuk kepentingan persaingan. Dengan artian teori ini mewajibkan adanya oembuktian, mengevaluasi akibat perjanjian baik dari sisi faktor penghambat dan pendukungnya.
- h. *Teori Per Se Modern*, teori ini berkaitan dengan penetapan harga seperti harga tetap, harga maksimum ataupun harga minimum yang dianggap bertentangan dengan hukum tanpa mempertimbangkan dampaknya bagi persaingan pasar.

Sementara itu, persaingan usaha tidak sehat diartikan sebagai adanya hambatan dalam sebuah persaingan yang dilakukan saat pemasaran barang atau jasa dengan cara tidak jujur yang berakibat pada rusaknya sendi perekonomian.<sup>4</sup> Persaingan usaha tidak sehat dikategorikan dalam 2 tindakan yaitu : 1) tindakan anti persaingan atau *anti competition*, dalam hal ini tindakan yang dilakukan untuk mencegah adanya persaingan sehingga timbul kondisi tanpa persaingan dan 2) tindakan persaingan curang atau *unfair competition practice*, dimana terdapat tindakan yang tidak jujur dalam persaingan.<sup>5</sup>

Maka penulis dapat menyimpulkan bahwa monopoli merupakan pemusatan kekuasaan pasar oleh satu orang sehingga tidak ada pesaing. Sedangkan persaingan usaha tidak sehat merupakan suatu tindakan yang

---

<sup>4</sup> Andi Fahmi Lubis, dkk, *Hukum Persaingan Usaha...*, 139.

<sup>5</sup> Arina Novizas dan Andri Gunwan, "Studi Kasus Analisis Ekonomi Atas Hukum Tentang Hukum Anti Monopoli Dan Persaingan Usaha ", Vol. 2, No. 1, 2017, hlm. 35.

dilakukan dengan kecurangan dan mencegah adanya persaingan sehingga merugikan kegiatan ekonomi.

Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 atau disebut dengan Undang-Undang Antimonopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, memuat berbagai hal cukup luas yang bisa dilihat dari penamaan undang-undang tersebut yang memiliki kategori pelanggaran ataupun perbuatan terkait persaingan usaha. Ada anggapan undang-undang ini disusun secara sederhana, namun dari isinya sudah cukup memadai terlihat dari gagasan pencegahan dan penanggulangan tindakan monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.<sup>6</sup>

Pada bab I berisi ketentuan umum diantaranya terkait dengan pengertian praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Pasal 1 ayat 1, yang dimaksud dengan praktik monopoli ialah “pemusatan kekuasaan ekonomi oleh satu orang atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasainya produksi dan atau pemasaran atas barang dan atau jasa tertentu sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum”.<sup>7</sup>

Dan pada Pasal 1 ayat 6, maksud dari persaingan usaha tidak sehat ialah “persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan

---

<sup>6</sup> Rachmadi Usman, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*, (Jakarta : Sinar Grafika, 2022), hlm. 65-66.

<sup>7</sup> Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 33, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3817).



produksi dan atau pemasaran barang atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha". Sementara pada Bab II dicantumkan tujuan dari adanya undang-undang ini, yaitu :

- a. Menjaga kepentingan umum dan meningkatkan efisiensi ekonomi nasional sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat;
- b. Mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui pengaturan persaingan usaha yang sehat sehingga menjamin adanya kepastian kesempatan berusaha yang sama bagi pelaku usaha besar, pelaku usaha menengah dan pelaku usaha kecil;
- c. Mencegah praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat yang ditimbulkan oleh pelaku usaha; dan
- d. Terciptanya efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha.<sup>8</sup>

Dengan demikian Undang-Undang Antimonopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat sebagai alat kontrol sosial yang berupaya melindungi kepentingan umum dan mencegah adanya praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat, juga sebagai alat rekayasa sosial yang berusaha untuk mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui

---

<sup>8</sup> *Ibid.*

pengaturan persaingan usaha yang sehat dan berusaha menghasilkan efektivitas dan efisiensi dalam aktivitas usaha.<sup>9</sup>

## 2. Pengertian Perjanjian dan Larangannya

Konsep perjanjian terdapat pada Pasal 1313 KUHPerdara “suatu perjanjian merupakan suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih”. Perjanjian memiliki sifat terbuka sehingga ketentuan lain dapat dikesampingkan karena sifat perjanjian hanya untuk mengatur. Jadi para pihak bebas dalam berkontrak, baik dari segi dengan siapa, bagaimana bentuk kontraknya, bagaimana persyaratannya dan bagaimana pelaksanaannya. Hal ini terdapat dalam Buku III KUHPerdara.<sup>10</sup>

Senada dengan Buku III KUHPerdara, Perjanjian baku atau *standard contract* merupakan salah satu bentuk perjanjian tertulis sebagai wujud kebebasan berkontrak. Perjanjian baku menurut Hondius merupakan konsep perjanjian tertulis yang disusun tanpa membicarakan isinya dan lazimnya dituangkan kedalam sejumlah perjanjian tidak terbatas yang sifatnya tertentu.<sup>11</sup> Perjanjian baku merupakan suatu perjanjian yang berisikan syarat-syarat tertentu yang dibuat oleh pihak pengelola sedang pihak lain tidak ikut andil dalam pembuatan kontrak.

---

<sup>9</sup> Rachmadi Usman, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia...*, hlm. 13-14.

<sup>10</sup> Endi Suhadi dan Ahmad Arif Fadilah, “Penyelesaian Ganti Rugi Akibat Wanprestasi Perjanjian Jual Beli Online Dikaitkan Dengan Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”, *Jurnal Inovasi Penelitian* Vol. 2, No. 7, 2021, hlm. 1971.

<sup>11</sup> Wuriannya Maria Noventy, “Prjanjian Baku Dalam dunia bisnis Dikaitkan Dengan Hak Asasi Manusia”, *Melintas* Vol.33, No. 1, 2017, hlm. 72.

Perjanjian baku marak dilakukan dalam kegiatan bisnis karena ekonomis, praktis dan menghemat waktu. Akan tetapi dari pihak lain dalam perjanjian baku mengalami hal yang tidak menguntungkan karena opsi yang didapat hanya menerima atau menolak perjanjian. Maka wajar bila masih ada keraguan oleh hukum terkait kata sepakat dalam perjanjian tersebut.<sup>12</sup>

Penulis menyimpulkan bahwa perjanjian merupakan suatu tindakan yang bersifat mengikat antara satu orang atau lebih baik dilakukan secara bebas, baik segi objek, bentuk, isi, pelaksanaannya.

Sementara itu, syarat sahnya perjanjian diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdato salah satunya harus ada kesepakatan, syarat tersebut yaitu:<sup>13</sup>

a. Ada kecakapan dalam berkontrak

Subjek hukum merupakan orang atau badan hukum, namun dari sisi KUHPerdato terdapat kriteria cakap dan tidaknya seseorang untuk membuat perjanjian. Pihak yang tidak cakap hukum untuk membuat perjanjian ialah : 1) orang yang belum dewasa (dibawah 21 tahun); 2) orang yang dalam pengampuan (anak-anak, orang dengan gangguan mental) dan 3) pihak-pihak yang menurut undang-undang tidak cakap atau dibatasi kecakapannya dalam membuat perjanjian atau kontrak (pasal 1330 KUHPerdato, istri yang harus mendapat

---

<sup>12</sup> Ridho Nuzul Primananda, "Tinjauan Yuridis Penerapan Klausula Baku Dalam Perjanjian Pengikatan Jual Beli yang Diibuat Oleh Pengembang di Kota Batam", *Skripsi Tidak Diterbitkan*, Prodi Ilmu Hukum Universita International Batam, Batam, 2018, hlm. 1-3.

<sup>13</sup> Novi Ratna Sari, "Komparasi Syarat Sahnya Perjanjian Menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Dan Hukum Islam", *Jurnal Repertorium* Vol. 4, No. 2, 2017, hlm. 81-85.

persetujuan suami ketika membuat perjanjian tertentu. Tetapi pada perkembangannya istri dapat melakukan perbuatan hukum (Pasal 31 UU No 1 Tahun 1974 jo. SEMA No. 3 Tahun 1963).

b. Ada kesepakatan dari yang berkontrak

Kesepakatan merupakan faktor mendasar dari terciptanya perjanjian dengan diikuti kata sepakat dan disertai tanda tangan sebagai bukti persetujuan. Terdapat 5 cara untuk melakukan perjanjian yaitu : 1) dengan menggunakan bahasa sempurna secara tertulis; 2) dengan menggunakan bahasa sempurna secara lisan; 3) dengan menggunakan bahasa tidak sempurna tetapi tetap diterima pihak lain; 4) dengan bahasa isyarat yang diterima pihak lain; dan 5) diam atau membisu tetapi dipahami pihak lain. Dari kelima cara tersebut, yang banyak dilakukan dengan menggunakan bahasa sempurna secara lisan ataupun tertulis karena lebih mendapat kepastian hukum disuatu waktu.

c. Mengenai suatu hal tertentu

Mengenai objek perjanjian sesuai dengan KUHPerdatta ialah prestasi atau pokok perjanjian yang terdiri dari memberikan sesuatu, berbuat sesuatu dan tidak berbuat sesuatu (Pasal 1234 KUHPerdatta). Prestasi merupakan segala sesuatu sebagai hak bagi kreditur dan kewajiban bagi debitur.

d. Ada sebab yang halal

Dalam KUHPerdara tidak dijelaskan tentang sebab yang dibenarkan, hanya disebutkan sebab terlarangnya, yaitu apabila bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan dan ketertiban umum. Menurut Subekti, Undang-Undang menghendaki adanya sebab yang dibenarkan sebagai point sahnya perjanjian. Yang dimaksud sebab yang dibenarkan ini merupakan tujuan yang diinginkan para pihak dalam perjanjian.

Ketentuan Pasal 1 ayat 7 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, “Perjanjian merupakan suatu perbuatan satu atau lebih pelaku usaha untuk mengikatkan diri terhadap satu atau lebih usaha lain dengan nama apapun, baik tertulis maupun tidak tertulis”.<sup>14</sup> Dari rumusan yuridis tersebut unsur dalam perjanjiannya ialah :

- a. Perjanjian terbentuk dari adanya perbuatan, dimana perbuatan ini bersifat tidak terbatas yang memiliki pengertian luas;
- b. Pihak yang melakukan perbuatan dalam perjanjian atau subjek hukum perjanjian ialah pelaku usaha yang bisa dilakukan oleh orang perseorangan atau badan hukum dengan status milik swasta ataupun negara.
- c. Perjanjian dapat dilakukan secara tertulis ataupun tidak tertulis, dimana secara hukum perjanjian lisan sudah dianggap sebagai

---

<sup>14</sup> *Ibid.*

perjanjian yang sah dan sempurna untuk dilakukan meskipun sulit untuk dibuktikan;

d. Tidak menyebutkan tujuan perjanjian.<sup>15</sup>

Perjanjian antar pelaku usaha juga terdapat perjanjian terlarang, yang sudah tentu perjanjian tersebut bertujuan tidak baik untuk persaingan pasar. Seperti dalam bab III undang-undang ini berisikan perjanjian yang dilarang, diantaranya ialah :

a. Perjanjian oligopoli, pelaku usaha bekerjasama untuk menguasai produksi dan atau penjualan barang atau jasa sejenis sehingga bisa menyebabkan adanya monopoli dan persaingan usaha tidak sehat (Pasal 4).<sup>16</sup>

b. Perjanjian penetapan harga

1) Perjanjian dengan pelaku usaha lain secara bersama-sama menentukan harga barang dan atau jasa yang wajib dibayar oleh konsumen di pasar yang sama sehingga tidak ada penawaran dan permintaan, kecuali untuk usaha patungan dan didasari pada undang-undang (Pasal 5).

2) Perjanjian diskriminasi harga, dimana pelaku usaha satu dengan lainnya sepakat memberikan harga yang berbeda pada produk yang sama untuk konsumennya (Pasal 6).

---

<sup>15</sup> Rachmadi Usman, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia...*, hlm. 188-189.

<sup>16</sup> Eka An Aqimuddin dan Marye Agung Kusmagi, *Bisnis Tidak Sehat*, (Depok : Penebar Swadaya Grup, 2022), hlm. 5.

- 3) Perjanjian penetapan harga dibawah harga pasar yang bisa menyebabkan persaingan usaha tidak sehat (Pasal 7).
  - 4) Perjanjian penetapan harga jual kembali dengan menetapkan harga minimum agar penerima barang atau jasa tidak menjual kembali dengan harga lebih rendah (Pasal 8).<sup>17</sup>
- c. Perjanjian pembagian wilayah pemasaran produk sehingga menyebabkan terjadinya monopoli (Pasal 9).<sup>18</sup>
  - d. Perjanjian pemboikotan merupakan tindakan yang dilakukan pelaku usaha dengan maksud menyingkirkan pelaku usaha lain yang berpotensi menjadi pesaing dari pasar yang sama (Pasal 10).<sup>19</sup>
  - e. Perjanjian kartel, perjanjian dilakukan dengan pelaku usaha pesaing yang bermaksud mengilangkan persaingan diantara keduanya dengan cara mengendalikan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa tertentu (Pasal 11).<sup>20</sup>
  - f. Perjanjian trust yang berkaitan dengan perjanjian kerja sama untuk membuat gabungan perusahaan atau perseroan yang lebih besar, tetapi tetap mengontrol dan mempertahankan perusahaan masing-masing (Pasal 12).<sup>21</sup>

---

<sup>17</sup> Sudiarto, *Pengantar Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia...*, hlm. 9-13.

<sup>18</sup> Eka An Aqimuddin dan Marye Agung Kusmagi, *Bisnis Tidak Sehat...*, hlm. 8.

<sup>19</sup> Sudiarto, *Pengantar Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia...*, hlm. 20.

<sup>20</sup> *Ibid.*, hlm. 22.

<sup>21</sup> *Ibid.*, hlm. 25.

- g. Perjanjian oligopsoni, merupakan bentuk anti persaingan yang didominasi oleh konsumen sebagai pemegang kendali dalam pembelian (Pasal 13).<sup>22</sup>
- h. Perjanjian integrasi vertikal, perusahaan melakukan kerja sama dengan perusahaan lain yang berbeda level dalam sebuah proses produksi sehingga dianggap perusahaan tersebut melakukan dua kegiatan produksi yang berbeda tingkatannya (Pasal 14).<sup>23</sup>
- i. Perjanjian tertutup merupakan perjanjian yang dilakukan dengan pembatasan penjualan produk oleh pemasok kepada pembeli dengan ketentuan pembeli tidak akan membeli produk pesaingnya atau tidak akan menyalurkan produknya ke pihak lain (Pasal 15).<sup>24</sup>
- j. Perjanjian dengan pihak luar negeri yang dapat menyebabkan monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat (Pasal 16).<sup>25</sup>

### 3. Perjanjian Penetapan Harga Jual Kembali

Perjanjian penetapan harga jual kembali atau *Resale Price Maintenance* merupakan perjanjian antar pelaku usaha yang umumnya dilakukan antara perusahaan manufaktur dan para distributornya dengan syarat bahwa penerima barang atau jasa tidak akan menjual atau memasok kembali barang atau jasa tersebut dengan harga yang lebih

---

<sup>22</sup> Sudiarto, *Pengantar Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia...*, hlm. 33.

<sup>23</sup> *Ibid.*, hlm. 36.

<sup>24</sup> *Ibid.*, hlm 40.

<sup>25</sup> *Ibid.*, hlm. 44.



rendah dari harga yang telah diperjanjikan.<sup>26</sup> Tujuan dari perjanjian ini ialah untuk mencegah adanya *intra-brand competition* antar distributor sehingga dapat mengancam kestabilan arus eceran.<sup>27</sup> Akan tetapi, selayaknya sebagai pembeli berhak atas barang atau jasa yang sudah diterimanya lalu menetapkan harga jual kembali sesuai permintaan dan penawaran yang ada di pasar. Penetapan harga jual kembali ini terbagi dalam dua macam, yaitu :

- a. Penetapan harga secara maksimum, biasanya diterapkan oleh produsen ke distributor agar dapat mengontrol distributor untuk tidak menjual diatas harga maksimum yang ditetapkan sehingga diharapkan terkendalinya harga yang bersaing sampai pada tingkat penjualan eceran.
- b. Penetapan harga secara minimum, pembeli tidak boleh menjual kembali apa yang telah dibelinya dengan harga yang lebih rendah dari yang telah ditetapkan. Tujuannya untuk menjaga nama baik produsen atau merek dan menghindari adanya persaingan tidak sehat pada tingkat distributor.<sup>28</sup>

---

<sup>26</sup> Roida Nababan dan Jeremia Saragih, “Tinjauan Yuridis Perjanjian Yang Dilarang Dalam Undnag-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Yang Dilakukan Oleh Pelaku Usaha Kembara Jaring Apungdi Haranggaolharison Kabupatem Simalungun”, *Visi Ilmu Sosial dan Hukum* Vol. 1, No. 2, 2020,, hlm. 13.

<sup>27</sup> Rachmadi Usman, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia...*, hlm. 251.

<sup>28</sup> Roida Nababan dan Jeremia Saragih, “Tinjauan Yuridis Terhadap...”, hlm. 13.

Maka penulis menyimpulkan bahwa perjanjian penjualan kembali merupakan perjanjian untuk mengontrol pembeli agar tidak menjual kembali barang yang dibelinya dengan harga dibawah atau diatas harga yang diperjanjikan.

*Resale Price Maintenance* (RPM) memiliki dampak positif yang menguntungkan produsen dan konsumen. Ada juga dampak negatif dalam penerapan RPM yang dilakukan pelaku usaha untuk melancarkan konspirasi yang berada diposisi hulu.<sup>29</sup> Penilaian dampak pelaku penetapan minimum harga jual kembali ini dapat diketahui dari dua kata kunci, yaitu : 1) harga yang lebih rendah dari harga yang telah diperjanjikan dan 2) mengakibatkan persaingan usaha tidak sehat. Oleh karena itu, untuk memperlihatkan adanya pelanggaran pada pasal 8 harus dapat membuktikan dua hal tersebut, yaitu sebagai berikut :

a. Asesmen harga lebih rendah dari harga yang telah diperjanjikan

Adanya bentuk-bentuk perjanjian penetapan harga jual minimum merupakan bukti penting, bentuk-bentuk tersebut ialah :

- 1) Ada ketentuan harga jual minimum dari produsen atau pemasok ketika *retailer* akan melakukan penjualan kembali;
- 2) Produsen atau pemasok memberi syarat agar *retailer* tidak menjual produknya dengan harga yang lebih rendah dari harga yang telah ditetapkan (harga jual minimum);

---

<sup>29</sup> Rachmadi Usman, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia...*, hlm. 260.

- 3) Produsen atau pemasok akan menghentikan atau menahan pasokan produk kepada *retailer* atau distributor ketika terdapat suatu syarat terkait harga jual minimum;
- 4) Akan dilakukan penghentian atau penahanan pasokan produk oleh produsen atau pemasok kepada *retailer* atau distributor kecuali mereka setuju tidak akan menjual produk dibawah harga jual minimum sesuai dengan yang telah ditetapkan;
- 5) Akan ada tindakan penahanan pasokan produk yang dilakukan produsen atau pemasok karena *retailer* atau distributor telah menjual produk dibawah harga jual minimum.<sup>30</sup>

b. Mengakibatkan persaingan usaha tidak sehat

Hal ini didefinisikan sebagai kendala dalam persaingan yang harus ada bukti dampak negatifnya terhadap persaingan tersebut. Beberapa unsur pasar yang tergolong dalam asesmen pembuktian adanya persaingan usaha tidak sehat ialah :

- 1) Struktur pasar, dengan mengetahui adanya perubahan struktur pasar dimana *retailer* atau distributor menerima sanksi karena melanggar perjanjian dengan menjual produk dibawah harga jual minimum yang telah ditetapkan sehingga harus keluar dari pasar.
- 2) Analisis biaya manfaat, penetapan harga jual kembali menyebabkan hilangnya persaingan harga yang dapat

---

<sup>30</sup> Rachmadi Usman, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia...*, hlm. 261-262.

mendatangkan persaingan layanan. Sehingga yang semula konsumen dirugikan karena hilangnya persaingan harga lalu konsumen akan mendapatkan keuntungan dari persaingan layanan tersebut.<sup>31</sup>

## **B. Fiqh Muamalah**

### **1. Pengertian Fiqh Muamalah**

Fiqh berasal dari bahasa arab yaitu *al-fiqh* yang artinya mengerti, tahu atau paham. Fiqh secara istilah terdapat dua artian yaitu ilmu hukum (*jusiprudence*) dan hukum itu sendiri (*law*). Fiqh merupakan ilmu hukum Islam maksudnya ialah suatu cabang ilmu yang mengkaji tentang norma-norma syariah berkaitan dengan tingkah laku manusia secara nyata. Sedangkan fiqh merupakan hukum Islam itu sendiri merupakan kumpulan norma-norma atau hukum yang berasal dari Al-Qur'an dan sunnah maupun hasil dari ijtihad para ahli Islam (*fuqahā*) terhadap Al-Qur'an dan sunnah.<sup>32</sup>

Muamalah berasal dari bahasa arab yaitu *al-'amala* yang secara umum merupakan semua perbuatan yang dikehendaki mukallaf. Muamalah merupakan hubungan manusia satu dengan lainnya dalam unsur memenuhi kebutuhan jasmani dengan upaya sebaik mungkin tanpa mengabaikan ajaran dan tuntunan agama. Islam memiliki norma dan etika yang bersifat wajar dan diatur sebaik-baiknya dalam hal usaha

---

<sup>31</sup> *Ibid.*, hlm. 263.

<sup>32</sup> Syaikh, dkk, *Fikih Muamalah : Memahami Konsep Dan Dialektika...*, hlm. 2.

memperoleh kekayaan untuk memenuhi kebutuhan hidup tanpa ada dampak negatif atau *mudharat* kepada orang lain..<sup>33</sup>

Fiqh muamalah merupakan segala aktivitas muamalah yang dilakukan manusia dengan landasan hukum-hukum Islam yang berisi perintah ataupun larangan seperti wajib, sunah, haram, makruh, dan mubah. Dalam hal ini ruang lingkup fiqh muamalah diantaranya ialah :

- a. Ruang lingkup *Abadiyah*, yang mencakup masalah adab dan akhlak seperti *ījāb qabūl*, *ribā*, *gharar*, *maisir*, tidak ada paksaan, pemalsuan, penimbunan dan lainnya yang berkaitan dengan harta di kehidupan bermasyarakat.
- b. Ruang lingkup *Mādiyah*, yang mencakup masalah kebendaan, yang halal haram dan subhat untuk dijual belikan, benda-benda yang menimbulkan kemudharatan dan lainnya seperti akad, jual beli *salam*, *istishnā'*, *qardh*, *hawālah*, *rahn*, *mudhārabah*, *wadī'ah* dan lainnya.

Sedangkan ruang lingkup fiqh muamalah kontemporer meliputi persoalan transaksi atau akad dalam bisnis zaman sekarang seperti uang kertas, saham, obligasi, reksadana, MLM, asuransi dan lainnya.<sup>34</sup>

---

<sup>33</sup> *Ibid.*, hlm. 5-6.

<sup>34</sup> Syaikh, dkk, *Fikih Muamalah : Memahami Konsep dan Dialektika...*, hlm. 6-7.

## 2. Perjanjian atau Akad

### a. Pengertian Akad

Dalam terminologi ulama fiqh, akad didefinisikan secara umum dan khusus. pengertian akad secara umum oleh para ulama fiqh ialah “segala sesuatu yang dikerjakan oleh seseorang atas dasar kehendaknya sendiri seperti wakaf, pembebasan, talak dan sumpah atau sesuatu yang pembentuknya membutuhkan kehendak orang lain seperti jual beli, sewa, perwakilan dan gadai”. Sedangkan akad secara khusus diartikan sebagai “perikatan yang ditetapkan dengan *ījāb qabūl* berdasarkan hukum syara’ yang berdampak pada objeknya”. Sehingga dapat dipahami bahwa akad merupakan sebuah perikatan, kesepakatan atau perjanjian antara pihak-pihak yang melakukan perjanjian atas suatu obyek tertentu yang diucapkan dalam *ījāb qabūl*.<sup>35</sup>

### b. Rukun-Rukun Akad

Dalam hukum Islam, sah tidaknya perjanjian atau akad dikategorikan sebagai berikut :<sup>36</sup>

#### 1) Ada subjek akad (*Āqid*)

Kecakapan dalam berakad dilihat dari : a) seseorang yang tidak dapat melakukan akad ialah yang cacat jiwa, mental dan anak kecil yang belum *mumayyiz*; b) seseorang yang dapat

---

<sup>35</sup> Akhmad Farroh Hasan, *Fiqh Muamalah Dari Klasik Hingga Kontemporer*, (Malang : UIN Maliki Press), hlm. 21-23.

<sup>36</sup> Novi Ratna Sari, “Komparasi Syarat Sahnya Perjanjian Menurut Kitab..., hlm. 81-85.

melakukan akad ialah anak yang sudah *mumayyiz* tapi belum sampai *baligh* dan c) seorang yang telah memenuhi syarat *mukallaf* dapat melakukan seluruh akad.

2) Ada objek akad (*Ma'qūd al-Āqd*)

Syarat yang harus dilengkapi dari objek akad yaitu : a) objeknya telah ada ketika akad berlangsung karena bila objeknya tidak ada maka batal akad tersebut; b) objek akad dibenarkan secara syariah, yang bernilai manfaat untuk manusia; c) objek akad harus jelas dan dikenali agar tidak menimbulkan kesalahpahaman dan d) objeknya dapat diserahkan pada saat akad atau sesuai kesepakatan.

3) Ada tujuan akad (*Maudhū al-Āqd*)

Dikutip dari pernyataan Ahmad Azhar Basyir, syarat agar tujuan akad sah ialah : a) tujuannya bukan suatu kewajiban yang sudah ada dari pihak yang bersangkutan tanpa akad tersebut; b) tujuannya harus selalu dilakukan sampai akad berakhir dan c) tujuannya harus sesuai syara'.

4) Ada ijab dan kabul (*Ṣīghat al-Āqd*)

Menurut ulama fiqh, terdapat 3 syarat dalam melakukan ijab qabul yaitu : a) *jala'ul ma'na*, tujuan pernyataan ijab qabul jelas agar mudah dimengerti terkait dengan akad yang akan dilakukan; b) *tawafuq*, terdapat kesesuaian ijab dengan qabul dan c) *jazmul iradatain*, adanya kemauan tanpa ada unsur

paksaan dan keraguan. Terdapat 4 cara melakukan ijab dan qabul, yaitu : 1) lisan, perjanjian yang dilakukan oleh para pihak dengan mengutarakan secara gamblang; 2) tulisan, perjanjian dilakukan oleh pihak yang tidak bisa bertemu langsung ataupun digunakan untuk perjanjian yang sulit; 3) isyarat, perjanjian dapat dilakukan oleh orang cacat dan bisa menggunakan isyarat bila tunawicara; dan 4) perbuatan, perbuatan memberi dan menerima dari para pihak dengan sadar akan akibat hukum.

c. Prinsip-Prinsip Akad

Akad memiliki beberapa asas, yaitu :

- 1) Asas kebebasan (*Al-Hurriyah*), pihak yang berkontrak memiliki kebebasan untuk melakukan perjanjian selama tidak bertentangan dengan hukum Islam. Asas ini bertujuan agar pihak yang berakad tidak menyakiti atau merugikan pihak lainnya.
- 2) Asas persamaan dan kesetaraan (*Al-Musāwah*), semua pihak yang berakad memiliki kedudukan yang sama, dengan hak dan kewajiban yang harus dipenuhi. Akan tetapi tidak dapat dipungkiri akan ada satu pihak yang lebih menonjol dalam pembuatan perjanjian, namun yang harus diperhatikan oleh pihak tersebut ialah membuat klausul perjanjian yang juga disesuaikan dengan kepentingan pihak lain.



- 3) Asas keadilan (*Al-'Adālah*), perjanjian yang dibuat harus memiliki unsur keadilan sehingga diharapkan dapat menjamin setiap hak-hak orang yang berakad.
- 4) Asas kerelaan (*Al-Ridā*), perjanjian yang dilakukan harus berlandaskan kerelaan dari masing-masing pihak. Karena bila tidak dilandasi dengan kerelaan maka perjanjian tersebut dilakukan secara bathil (*al akl bi al-bāṭil*) seperti dalam QS. An-Nisa' : 29 yang artinya :

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبٰطِلِ  
 اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ اِنَّ

اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.*

Dalam hal ini ijab qabul yang dilakukan dengan transparan merupakan bentuk kerelaan untuk melakukan perjanjian.

- 5) Asas kebenaran dan kejujuran (*Aṣ-Ṣidq*), Islam melarang adanya unsur penipuan dalam setiap hal. Perjanjian yang mengandung unsur tipuan atau kebohongan, maka pihak lain dapat memperoleh hak untuk mengentikan perjanjian tersebut. Sesuai dalam QS. Al-Ahzab : 70 :

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٧٠﴾

*“Hai orang-orang yang beriman, bertaqwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar”*

- 6) Asas perikatan tertulis (*Al-Kitābah*), untuk menghindari adanya permasalahan-permasalahan maka diperlukan adanya perjanjian tertulis dalam bentuk formal. Sesuai dengan QS. Al-Baqarah : 282 :

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدِينٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْبَ كَاتِبٌ أَنْ

يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ... ﴿٢٨٢﴾

*“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, maka hendaklah ia menulis...”<sup>37</sup>*

Oleh karena itu prinsip yang harus ada dan mendasari terjadinya akad dapat disimpulkan sebagai berikut :

- 1) Setiap muamalah merupakan mubah kecuali ada dalil yang mengharamkan, sehingga umat muslim diberikan kesempatan untuk melakukan muamalah sesuai dengan perkembangan zaman dengan berdasarkan syara’

<sup>37</sup> Junaidi Abdullah, “Analisi Asas Konsensualisme...”, hlm. 294-296.

- 2) Harus didasari prinsip suka sama suka atau kerelaan tanpa ada unsur paksaan
- 3) Harus memberikan kemanfaatan sehingga terhindar dari kemadharatan
- 4) Harus mengedepankan keadilan dan keseimbangan prestasi.<sup>38</sup>

d. Macam-Macam Akad

Ulama fiqh berpendapat mengenai macam-macam akad yang terbagi menjadi dua, yaitu :

- 1) Akad shahih, merupakan akad yang dilakukan sudah sesuai rukun-rukun dan syarat-syaratnya sehingga berdampak pada berlakunya seluruh dampak hukum yang ditimbulkan oleh akad ini. Dalam akad shahih, ulama fiqh membagi sifat mengikat dan tidaknya pihak yang berakad. Akad yang mempunyai sifat mengikat pihak-pihak yang berakad, maka salah satu pihak tidak boleh membatalkan akad tanpa seizin pihak lain seperti dalam akad jual beli dan sewa menyewa. Sedangkan akad yang tidak mempunyai sifat mengikat pihak yang berakad seperti akad *al-wakalah* atau perwakilan, *al-ariyah* atau pinjam meminjam dan *al-wadi'ah* atau barang titipan.
- 2) Akad tidak shahih, merupakan akad yang tidak terpenuhi rukun atau syarat-syaratnya sehingga akad menjadi tidak berlaku dan tidak mengikat pihak yang berkakad. Menurut ulama Hanafiyah

---

<sup>38</sup> Hendra Cipta, "Diskusi Konsep Dan Prinsip Akad Dalam Hukum Islam", *Asy-Syar'iyah* Vol. 1, No. 1, 2016, hlm. 82-84.

dan Malikiyah, akad tidak shahih ini dibagi dalam dua macam, yaitu : 1) akad bathil, merupakan akad yang tidak terpenuhi salah satu rukunnya atau jelas dilarang oleh syara' seperti objek jual beli yang tidak jelas, ada unsur tipuan, salah satu pihak tidak cakap hukum dan 2) akad fasid, merupakan akad yang dibolehkan untuk dilakukan namun sifat yang diakadkan tidak jelas seperti memasarkan rumah yang tidak memperlihatkan keterangan atau tipe, jenis dan format format.<sup>39</sup>

---

<sup>39</sup> Akhmad Farroh Hasan, *Fiqh Muamalah Dari...*, hlm. 26-27.

**BAB III**  
**PRAKTIK PERJANJIAN PENJUALAN PRODUK MS GLOW**  
**DI MS GLOW SOLO STORE**

**A. Latar Belakang Berdirinya MS Glow Solo Store**

Berawal dari kecintaan terhadap *skincare* dan kosmetik, Maria yang merupakan *owner* MS Glow Solo Store memberanikan diri untuk terjun ke dunia bisnis kecantikan yang awalnya merupakan ibu rumah tangga. Ia melihat prospek terhadap penjualan *skincare* atau kosmetik, karena banyak masyarakat yang semakin sadar akan kesehatan dan kecantikan kulit terutama wanita. Pada pertengahan tahun 2018, Maria berinisiatif menjadi *reseller* MS Glow dengan latar belakang pemakai produk MS Glow. Sehingga selain menjadi konsumen ia juga menjual produk MS Glow.

Bisnis Maria mendapatkan respon positif dari lingkungan sekitar walaupun penjualan masih dilakukan secara online ataupun *home store* dan saat itu ia belum memiliki karyawan, *packing* dan pengiriman barang dilakukannya sendiri, terkadang juga dibantu oleh sang suami. Ia juga terus belajar untuk mengembangkan bisnisnya dari Mitra Bisnis lainnya atau dari sahabatnya yang juga seorang pembisnis. Hingga akhirnya tahun 2020 perkembangan bisnisnya semakin bagus dan ia memutuskan untuk mendaftar sebagai agen MS Glow kemudian membuat *store* dengan nama MS Glow Solo Store dengan 3 orang karyawan. Kini MS Glow Solo Store dapat menjual kurang lebih 1.500 produk MS Glow (paket wajah) per bulannya dari total penjualan *offline* dan *online*.

Gambar 1  
Data Seller Resmi MS Glow



### 1. Lokasi dan Waktu Operasional MS Glow Solo Store

Alamat MS Glow Solo Store berada di Jl. Pakel No. 56, Bonangan, Sumber, Kec. Banjarsar, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57138 dengan jam operasional hari Senin-Sabtu pukul 09.00 - 21.00 WIB dan untuk hari Minggu pukul 10.00 - 18.00 WIB. Seperti yang dijelaskan pada point sebelumnya bahwa MS Glow Solo Store baru memiliki *offline store* kurang lebih 2 tahun yang lalu setelah berstatus sebagai agen.

Sebelumnya *owner* memasarkan produk MS Glow melalui *marketplace* Shopee dan sampai sekarangpun masih menggunakan shopee dengan nama “MS Glow Solo Store” link tautan toko : [shopee.co.id/msglow.solostore](https://shopee.co.id/msglow.solostore). Selain itu MS Glow Solo Store juga memanfaatkan salah satu *platform* TikTok yang memiliki fitur TikTok Shop dengan nama “msglow\_solostore” link tautan toko : [http://www.tiktok.com/@msglow\\_solostore](http://www.tiktok.com/@msglow_solostore).

## 2. Produk yang dijual MS Glow Solo Store

MS Glow Solo Store mendapatkan produk MS Glow langsung dari pusat atau mengambil dari distributor terdekat untuk menghemat waktu karena mengejar penyerahan pesanan dari konsumen atau *reseller* atau *member* ataupun agen. Produk-produk yang dijual semuanya merupakan produk asli dari perusahaan MS Glow yang telah terdaftar BPOM dan bisa diketahui keasliannya dengan scan QR Code yang tertera dalam kemasan. produk yang dijual MS Glow Solo Store diantaranya ialah :<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Adella, Admin MS Glow Solo Store, *Wawancara Pribadi*, 11 Januari 2023, Jam 10.00 – 11.00 WIB.

Table 1

## Daftar Harga Produk MS Glow di MS Glow Solo Store

<b>NAMA PRODUK</b>	<b>HARGA</b>		<b>NAMA PRODUK</b>	<b>HARGA</b>
Paket Wajah (Acne, Luminous, Whaitening, Ultimate)	Rp.300.000		Facial Peel Scrub	Rp.125.000
Day Cream	Rp.80.000		Clay Mask	Rp.125.000
Night Cream	Rp.85.000		Underarm	Rp.100.000
Toner	Rp.80.000		Peptide Neck Cream	Rp.150.000
Facial Wash	Rp.65.000		Moist Cushion	Rp.200.000
Paket Men Basic	Rp.250.000		Loose Powder	Rp.100.000
Cream Men	Rp.95.000		Sexy Glammatte	Rp.90.000
Serum Men	Rp.110.000		Acne Spot	Rp.100.000
Facial Wash Men	Rp.70.000		Dark Spot	Rp.100.000
Sunscreen Spary	Rp.100.000		Pore Away	Rp.100.000
Maskulin	Rp.100.000		Red Jelly	Rp.300.000
Paket Hair	Rp.250.000		Radiance Gold	Rp.300.000
Hair Serum	Rp.150.000		Juice Moisturizer	Rp.150.000
Pomade	Rp.100.000		Balm Juice	Rp.120.000
Serum Luminous	Rp.150.000		JJ Glow	Rp.125.000
Serum Lifting	Rp.150.000		Paket Kids	Rp.265.000
Serum Peeling	Rp.150.000		Baby Cream	Rp.100.000
Serum Gold	Rp.175.000		Baby Wash	Rp.85.000
Serum Acne	Rp.100.000		Shampo	Rp.95.000
Eye Serum	Rp.125.000		Eye Series	Rp.237.000
DTE	Rp.175.000		Eyeliners	Rp.79.000
MS Slim	Rp.250.000		Eye Brow	Rp.79.000
Slim Capsule	Rp.225.000		Eyelash Serum	Rp.79.000
Slim Oil	Rp.225.000		Nail Polish	Rp.59.000
Glasskin Drink	Rp.250.000			

Sumber : Diolah dari Data Primer Januari 2023



Produk-produk tersebut merupakan produk yang dijual dengan harga *user* atau harga pemakai. Berbeda untuk para *member*, *reseller* dan agen yang mendapatkan harga lebih rendah dari harga *user*. Hal ini diberlakukan langsung dari pusat yang terdapat dalam lampiran daftar harga berkas pengumuman perubahan harga produk MS Glow. Untuk paket wajah, *reseller* akan mendapat potongan Rp. 50.000 per barang dari harga *user*, *member* akan mendapat potongan Rp. 90.000 per barang dari harga *user* dan agen akan mendapat potongan Rp. 115.000 per barang dari harga *user*. Untuk produk lain rata-rata *reseller* akan mendapat potongan Rp. 5.000 – 20.000 per barang dari harga *user*, *member* akan mendapat potongan Rp. 10.000 – 25.000 per barang dari harga *user* dan agen akan mendapat potongan Rp. 15.000 – 30.000 per barang dari harga *user*.

### **3. Sistem Pemasaran MS Glow Solo Store**

Selain menggunakan *marketplace* Shopee dan *e-commerce* Tik Tok Shop, MS Glow Solo Store memasarkan produk MS Glow dengan membuka pendaftaran sebagai *reseller*, *member* dan agen. *Reseller* yang sudah bergabung dengan MS Glow Solo Store berjumlah 28 orang, *member* berjumlah 16 orang dan agen berjumlah 1 orang. Untuk syarat bergabung dengan MS Glow Solo Store ialah harus mengisi data diri,

menyerahkan bukti transfer, menyerahkan KTP dan foto pribadi. Selain itu ada ketentuan khusus sebagai berikut :<sup>2</sup>

a. *Reseller*

Syarat sebagai *reseller* MS Glow Solo Store ialah harus membayar Rp. 3.000.000 dengan kewajiban membeli minimal 12 paket wajah. Setelah bergabung dengan MS Glow Solo Store, akan ada fasilitas atau keuntungan yang didapat *reseller* seperti mendapatkan ID *reseller*, mendapatkan *gift*, pemberian *support* berupa materi penjualan, dan mendapat *reward* tahunan setelah mencapai target penjualan.

b. *Member*

Syarat sebagai *member* MS Glow Solo Store ialah harus membayar Rp. 25.000.000 dengan kewajiban membeli minimal 120 paket wajah. Setelah bergabung dengan MS Glow Solo Store, akan ada fasilitas atau keuntungan yang didapat *member* seperti mendapatkan ID *member*, mendapatkan *gift*, pemberian *support* berupa materi penjualan, dan mendapat *reward* tahunan setelah mencapai target penjualan.

c. *Agen*

Syarat sebagai agen MS Glow Solo Store ialah harus melakukan pembelanjaan sebesar Rp. 1.000.000.000 selama satu

---

<sup>2</sup> Adella, Admin MS Glow Solo Store, *Wawancara Pribadi*, 11 Januari 2023, Jam 10.00 – 11.00 WIB.

bulan dan bisa membeli apapun jenis produk MS Glow. Setelah bergabung dengan MS Glow Solo Store, akan ada fasilitas atau keuntungan yang didapat agen seperti mendapatkan ID agen, mendapatkan *gift*, pemberian *support* berupa materi penjualan, dan mendapat *reward* tahunan setelah mencapai target penjualan.

## **B. Praktik Perjanjian Penjualan Produk MS Glow di MS Glow Solo Store**

Hubungan atau ikatan yang dilakukan antara perusahaan MS Glow dengan Mitra Bisnisnya menimbulkan adanya hak dan kewajiban satu sama lain. Hak dan kewajiban perusahaan yaitu :

Hak perusahaan meliputi:

1. Mengatur, mengelola dan mengawasi setiap kegiatan operasional perusahaan.
2. Mengubah, menambah, mengurangi, memperbaiki dan/atau menetapkan kode etik dan Peraturan tanpa harus mendapatkan persetujuan dari Mitra Bisnis.
3. Menilai prestasi, menetapkan status dan memberlakukan sanksi bagi Mitra Bisnis secara wajar dan terukur.
4. Menerima laporan, menilai dan mengawasi terhadap situs link media sosial promosi (beserta isi/kontennya) milik setiap Mitra Bisnis agar tetap sesuai dengan kode etik dan peraturan serta rencana pemasaran bisnis MS Glow, perusahaan berwenang merekomendasi kepada Mitra untuk memperbaiki atau bahkan menutup situs atau link media sosial promosi miliknya, untuk selanjutnya dikeluarkan dari daftar situs yang dilaporkan kepada perusahaan.
5. Mengangkat dan/atau menunjuk Mitra Bisnis atau pihak ketiga untuk melakukan fungsi tertentu sejauh peran-sertanya dibutuhkan oleh perusahaan.
6. Menentukan dan meminta partisipasi Mitra Bisnis atau pihak ketiga untuk memberikan pelatihan, pengembangan keterampilan dan usaha lainnya guna meningkatkan mutu dan perkembangan Mitra Bisnis.
7. Memberikan peringatan dan sanksi bagi Mitra Bisni yang melakukan pelanggaran terhadap kode etik penjualan

Kewajiban perusahaan meliputi :

1. Perusahaan wajib untuk memberikan hak-hak mitra bisnis berupa:
  - a. Reward
  - b. Edukasi mengenai produk
  - c. Pelayanan Customer Support
  - d. Web [www.MSGLOWid.cm/](http://www.MSGLOWid.cm/) (no.ID-Mitra)
2. Perusahaan beserta Direksi dan segenap karyawannya secara bersama-sama wajib mendukung usaha-usaha setiap pengembangan distributor dan penjualan Mitra Bisnis
3. Perusahaan dengan segala kemampuan wajib memberikan segala upaya yang maksimal agar Mitra Bisnis dalam menjalankan usahanya memperoleh ketenangan dan rasa percaya diri tanpa kekhawatiran dan rasa takut akan dipelakukan secara tidak adil oleh perusahaan.
4. Perusahaan wajib memperhatikan keluhan setiap Mitra Bisnis dengan wajar dan pantas.
5. Perusahaan wajib memberikan dukungan dan kesempatan kepada setiap Mitra Bisnis untuk meju dengan tidak membedakan golongan agama/kepercayaan, suku bangsa dan kewarganegaraan, juga dengan tidak mengurangi kepentingan perusahaan.
6. Perusahaan berkewajiban untuk segera memberikan informasi terkini atas setiap berita, peraturan, petunjuk pelaksanaan, prosedur operasional demi kelancaran usaha Mitra Bisnis.
7. Perusahaan berkewajiban memberikan pelatihan-pelatihan dan mengadakan acara-acara dalam rangka untuk menunjang kegiatan usaha Mitra Bisnis.
8. Perusahaan berkewajiban memberikan dukungan atas setiap acara yang diselenggarakan Mitra Bisnis baik silaturahmi, pertemuan, seminar ataupun pelatihan.
9. Perusahaan berkewajiban memberikan informasi yang dimintakan oleh Mitra Bisnis atas setiap pengiriman, meski tanggung jawab perusahaan telah beralih ke perusahaan jasa pengiriman saat diterimanya resi (*airway bill*) dari perusahaan jasa pengiriman tersebut.
10. Memberikan kepada Mitra Bisnis konten / materi untuk promosi melalui *social media* berupa postingan produk MS Glow yang setiap hari dibagikan kepada Mitra Bisnis maupun dari *social media* (Instagram : @MSGLOWbeauty), baik berupa foto maupun video.

Juga terdapat hak dan kewajiban mitra bisnis yaitu :

Mitra Bisnis mempunyai hak antara lain :

1. Mitra Bisnis mempunyai hak untuk mendapatkan :
  - a. Reward
  - b. Edukasi mengenai produk
  - c. Pelayanan Customer Support

- d. Web [www.MSGLOWid.cm/](http://www.MSGLOWid.cm/) (no.ID-Mitra)
2. Setiap Mitra Bisnis secara bersama-sama dengan perusahaan berhak untuk saling mendukung demi terciptanya kelancaran usaha bisnis yang dijalankan.
  3. Setiap Mitra Bisnis dalam menjalankan usahanya berhak memperoleh ketenangan dan rasa percaya diri tanpa khawatir dan takut akan diperlakukan tidak adil oleh perusahaan.
  4. Setiap Mitra Bisnis berhak mendapatkan perhatian yang wajar dan pantas dari perusahaan.
  5. Setiap Mitra Bisnis berhak mendapatkan dukungan dan kesempatan untuk maju tanpa dibedakan antara golongan Agama atau kepercayaan, suku bangsa dan kewarganegaraan, juga dengan tidak merugikan kepentingan setiap Mitra.
  6. Setiap Mitra Bisnia berhak mendapatkan informasi terkini atas setiap berita, peraturan, petunjuk pelaksanaan, prosedur operasional demi kelancaran usahanya.
  7. Mitra Bisnia mempunyai hak untuk melakukan pertimbangan ulang untuk meneruskan atau membatalkan atas keanggotaannya, dalam masa tunggu (*cooling off period*) selama 14 (empat belas) hari.
  8. Mitra Bisnis mendapatkan pelatihan-pelatihan dan menghadiri acara-acara dalam rangka untuk menunjang kegiatannya sebagai Mitra Bisnis.
  9. Setiap Mitra Bisnis berhak menyelenggarakan silaturahmi, pertemuan, seminar, pelatihan apabila telah memenuhi syarat-syarat sebagai penyelenggara acara tersebut.
  10. Setiap Mitra Bisnis berhak meminta informasi dari perusahaan atas setiap pengitiman, meski tanggung jawab perusahaan telah beralih ke perusahaan jasa pengiriman saat diterimanya resi (*airway bill*) dari perusahaan jasa pengiriman tersebut.
  11. Setiap Mitra Bisnis mempunyai hak mendapatkan bonus/reward yang diberikan perusahaan dan atau Mitra Bisnis jenjang atasnya.

Kewajiban Mitra Bisnis meliputi :

1. Mitra Bisnis wajib mentaati dan melaksanakan kode etik dan peraturan, tata tertib dan prosedur kerja yang diberlakukan oleh perusahaan.
2. Mitra Bisnis wajib membela kepentingan perusahaan, mencegah dan melaporkan adanya hal-hal yang merugikan.
3. Mitra Bisnis wajib memberikan data pribadi yang benar serta melaporkan setiap perubahan data kepada perusahaan. Segala konsekuensi, kegagalan ataupun kerugian yang dikarenakan Mitra Bisnis tidak memberikan data yang benar atau tidak melaporkan perubahan data kepada perusahaan merupakan tanggung jawab Mitra Bisnis sendiri.

4. Mitra Bisnis wajib jujur dan bertanggung jawab dalam memberikan keterangan, informasi, data, laporan atau dokumen mengenai kegiatannya saat diminta oleh perusahaan.
5. Mitra Bisnis wajib untuk melaporkan kepada perusahaan, nama dan alamat situs atau link media sosial promosi (berserta isi/konten) miliknya. Mitra Bisnis bersedia untuk merubah, mengganti atau bahkan menutup situs atau link media sosial promosinya tersebut jika bertentangan dengan kode etik dan peraturan atau rencana pemasaran bisnis MS Glow.
6. Setiap Mitra Bisnis wajib untuk menjaga setiap rahasia perusahaan dan menyimpannya dengan baik, serta termasuk juga meliputi setiap sistem, metode penjualan, serta edukasi mengenai MS Glow kepada pihak luar.
7. Setiap Mitra Bisnis wajib berpartisipasi aktif dalam memajukan usaha yang dijalankan.

Dengan semakin banyaknya persaingan penjualan produk MS Glow dari berbagai macam tingkatan mulai dari *reseller*, *member*, agen dan distributor, maka MS Glow Solo Store memiliki cara untuk menarik minat konsumen agar membeli produk MS Glow yang dijualnya. Selain mendapatkan konsultasi gratis, konsumen MS Glow Solo Store juga akan mendapatkan *gift* bebas pilih untuk setiap pembelian minimal Rp. 150.000 berupa *totebag*, *pouch*, masker organik, parfum, tas, *makeup box* atau *free* produk MS Glow. MS Glow Solo Store juga mengadakan undian selama 2 minggu sekali untuk konsumen yang membeli produk MS Glow minimal Rp. 200.000.<sup>3</sup>

Di sisi lain, perusahaan MS Glow memberikan beberapa aturan terkait dengan penjualan produknya. Sebelum bergabung menjadi mitra bisnis,

---

<sup>3</sup> Adella, Admin MS Glow Solo Store, *Wawancara Pribadi*, 11 Januari 2023, Jam 10.00 - 11.00 WIB.

perusahaan MS Glow memberikan keterangan prosedur dan syarat pendaftaran, yaitu :

Pendaftaran sebagai Distributor, Agen, *Member*, *Reseller* secara manual dan sistem :

- Pendaftaran manual :
  1. Mengisi form daftar ulang yang telah disediakan oleh kantor pusat
  2. Mengisi form perjanjian penjualan kembali (disertai materai 6000)
  3. Mengisi form perjanjian tidak jual murah (disertai materai 6000)
  4. Melampirkan bukti transfer pembelian dan foto copy KTP (maksimal 2 bulan terakhir)
  5. Bukti transfer yang dilampirkan harus sesuai dengan status yang dimasukkan
  6. Kirim foto calon Mitra Bisnis yang didaftarkan ke admin pusat
- Pendaftaran melalui system :
  1. Distributor/Agen/*Member*/*Reseller* log in di MSGLOW.app
  2. Masukkan *username & password*
  3. Pilih menu *downline* yang ada di *toolbar*, kemudian pilih menu *add downline*
  4. *Download* data perjanjian yang ada di kolom (*download* form pendaftaran)
  5. isi data sesuai yang diminta, dan *upload* bukti transfer, KTP dan foto pribadi
  6. klik simpan data

Dan terdapat pula larangan kepada mitra bisnisnya ketika mendistribusikan dan menjual produknya. Hal ini ada pada peraturan perusahaan dalam penjualan MS Glow, larangan tersebut yaitu :

Mitra Bisnis MS Glow dalam melakukan distribusi dan penjualan, dilarang untuk :

1. Mitra Bisnis dilarang menggunakan Jaringan Usaha MS GLOW yang sudah terbentuk untuk pemasaran barang-barang direct selling dari produk lain yang sejenis;
2. Mitra Bisnis dilarang melakukan penjualan dan distribusi dengan cara Cutting Price (memangkas harga) penjualan sehingga menjual Produk MS GLOW dibawah harga yang telah ditetapkan perusahaan;

3. Mitra Bisnis dilarang melakukan promosi dan penawaran dengan membandingkan dan atau menjelekkan produk lain sejenis dengan produk MS GLOW;
4. Mitra Bisnis dalam membuat dan membangun jaringan pemasarannya dilarang merekrut dan mempengaruhi anggota (member, reseller) Mitra Bisnis lainnya;
5. Mitra Bisnis tidak boleh mengganti kemasan barang, merubah dan atau menambah etiket kemasan pada produk-produk MS GLOW;
6. Mitra Bisnis dilarang mengurangi/menambah jumlah/isi dari paket resmi yang sudah diterapkan perusahaan;
7. Mitra Bisnis dilarang menjanjikan penambahan jenis hak usaha lainnya kepada pihak lain, selain hak usaha yang telah ditetapkan perusahaan;
8. Mitra Bisnis dilarang membuka beauty salon yang menyediakan treatment klinik dengan menggunakan merk MS GLOW dan diatur dalam surat edaran larangan pembukaan klinik;
9. Mitra Bisnis dengan status member dan reseller dilarang membuka store yang sifatnya permanen.

Dari peraturan tersebut, praktiknya MS Glow Solo Store hanya menjual produk-produk MS Glow tanpa ada produk lain yang sejenis. MS Glow menggunakan produk lain seperti masker organik, parfum atau produk selain MS Glow hanya untuk memberikan *gift* dan tidak untuk dijual. Hal ini disampaikan oleh admin MS Glow Solo Store :

“Disini khusus menjual produk MS Glow saja kak, kita tidak berani untuk menjual produk lain, jadi kita fokus pada produk MS Glow. Kita pakai produk lain Cuma buat *gift*. Kalo stoknya ada kita pakai produk MS Glow juga buat *gift*nya.”<sup>4</sup>

Pernyataan tersebut senada dengan pernyataan konsumennya :

“Ga ada sih mbak, selama beli disini ya cuma ada produk MS Glow.”<sup>5</sup>

“Setahu saya ga ada ya kak. Semua produk perawatan kulit dari Ms Glow, kosmetik yang dijual juga produk MS Glow.”<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> Adella, Admin MS Glow Solo Store, *Wawancara Pribadi*, 11 Januari 2023, Jam 10.00 - 11.00 WIB.

<sup>5</sup> Mahsa, Konsumen MS Glow Solo Store, *Wawancara Pribadi*, 15 Januari 2023, Jam 20.00 - 20.20 WIB.



Terkait dengan harga jual produk MS Glow, sudah ada larangan tidak boleh menjual dibawah harga yang ditetapkan perusahaan MS Glow. Perusahaan akan memberi *pricelist* yang harusnya digunakan dalam penjualan produk MS Glow. Akan tetapi MS Glow Solo Store menjual dibawah harga pusat untuk produk paket wajah yang harusnya dijual dengan harga Rp. 300.000 sebagai harga *user* tapi dijual dengan harga Rp. 236.550 – 284.050 di Shopee dan Rp. 225.000 di Tik Tok Shop dengan tetap memberi *gift* untuk konsumennya. Dan juga ketika penjualan produk secara offline akan memberikan potongan harga Rp. 30.000 ataupun *gift*, dengan alasan :

“Memang dari perusahaan itu menentukan harga jual yang paket wajah itu Rp. 300.000 tapi persaingan semakin banyak ya kak jadi kita mau jual dengan harga Rp. 300.000 itu rasanya tidak mungkin. Biasanya kita jual dibawah harga itu di Shopee sama Tik Tok karena yang lainnya juga ngasih harga murah, makanya kita menurunkan harga jualnya.”<sup>7</sup>

“Untuk harga jual di toko kita ini sama seperti harga pusat tapi nanti kita bakal tawarin mau potongan harga atau *gift* gitu kak. Kalo di Shopee sama Tik Tok itu emang kita masukin harganya lebih rendah dari harga pusat tp nanti juga udah dipotong sendiri sama pihak mereka.”<sup>8</sup>

Dari keterangan salah satu *reseller*, MS Glow Solo Store menjual produk sesuai harga pusat entah itu untuk pengguna, *member*, *reseller* ataupun agen. Harga Rp. 300.000 untuk pengguna, harga Rp. 270.000 untuk *member*, harga Rp. 210.000 untuk *reseller* dan harga Rp. 185.000 untuk agen. Tetapi harga

---

<sup>6</sup> Isma, Konsumen MS Glow Solo Store, *Wawancara Pribadi*, 16 Januari 2023, Jam 09.10 - 09.40 WIB.

<sup>7</sup> Maria, Owner MS Glow Solo Store, *Wawancara Pribadi*, 11 Januari 2023, Jam 12.00 WIB.

<sup>8</sup> Adella, Admin MS Glow Solo Store, *Wawancara Pribadi*, 11 Januari 2023, Jam 10.00 - 11.00 WIB.

tersebut merupakan harga *store*, lain harga bila di *online*. Pernyataan tersebut senada dengan pernyataan konsumennya :

“Harganya itu lebih murah di Tik Toknya MS Glow Solo Store mbak kalo ga salah dibawah Rp. 250.000 dan itu dapet *gift*. Kalo di store kan minimal Rp. 300.000 dapat potongan Rp. 30.000 atau *gift*.”<sup>9</sup>

“Saya cari MS Glow yang harganya murah, nah kebetulan di MS Glow Solo Store ini ada potongan Rp. 30.000 mbak lumayan banget itu. Biasanya kan cuma dikasih *gift-gift* gitu ya tapi disini bisa milih mau dapet potongan atau *gift* gitu.”<sup>10</sup>

Selama memberikan konsultasi atau menawarkan produk, pihak MS Glow Solo Store mengaku tidak pernah menjelekkan produk perusahaan lain dan fokus menawarkan produk MS Glow. Hal ini sama seperti pernyataan dari beberapa konsumen berdasarkan pengalaman mereka, diantaranya yaitu :

“Ga pernah mbak, soalnya pas konsultasi juga pertanyaan saya cuma bahas masalah kulit saya setelah pakai MS Glow.”<sup>11</sup>

“Saya belum pernah denger mereka menjelek-jelakkan produk lain sih mbak, paling cuma nawarin sama jelasin manfaat produk MS Glow.”<sup>12</sup>

“Dari pengalaman saya konsultasi dulu itu cuma ditanya sebelumnya pakai produk apa gitu terus saya jawab pakai produk A dan respon mereka cuma owh ya ya gitu terus langsung menyarankan harus pakai produk MS Glow yang apa gitu kak, ga ada jelek-jelekannya.”<sup>13</sup>

---

<sup>9</sup> Intan, Konsumen MS Glow Solo Store, *Wawancara Pribadi*, 15 Januari 2023, Jam 14.40 - 15.00 WIB.

<sup>10</sup> Mahsa, Konsumen MS Glow Solo Store, *Wawancara Pribadi*, 15 Januari 2023, Jam 20.00 - 20.20 WIB.

<sup>11</sup> Mahsa, Konsumen MS Glow Solo Store, *Wawancara Pribadi*, 15 Januari 2023, Jam 20.00 - 20.20 WIB.

<sup>12</sup> Intan, Konsumen MS Glow Solo Store, *Wawancara Pribadi*, 15 Januari 2023, Jam 14.40 - 15.00 WIB.

<sup>13</sup> Isma, Konsumen MS Glow Solo Store, *Wawancara Pribadi*, 16 Januari 2023, Jam 09.10 - 09.40 WIB.

Untuk hal sistem pemasaran, terkait dengan merekrut *reseller* atau *member*, pihak MS Glow Solo Store tidak pernah merekrut ataupun mempengaruhi ataupun memberikan hak usaha berbeda kepada *reseller* atau *member* dari perusahaan lainnya lain, seperti pernyataan :

“Selama ini kita ga pernah mempengaruhi konsumen perusahaan lainnya untuk menjadi *reseller* atau *member* kita kak. Biasanya itu malah mereka datang emang niat mau gabung sama kita nah nanti baru saya jelasin keuntungannya apa aja gitu. Atau biasanya kita ngasih tau ke konsumen kita kalo kita juga menerima *reseller* atau *member* gitu kak.”<sup>14</sup>

“Alasan saya gabung *reseller* dengan MS Glow Solo Store karena dekat rumah saya aja kak, ga ada alasan lain. Paling sama kayak yang lainnya, disini dikasih *reward* pencapaian penjualan kayak *mini gold* atau gelang.”<sup>15</sup>

Dan untuk hal tampilan prodak yang dijual, pihak MS Glow Solo Store konsisten dengan tidak merubah kemasan, menambah atau mengurangi jumlah produk yang dijualnya seperti keterangan berikut :

“Kemasan tetap kak tidak kita rubah sama sekali. Jumlah produk per paket wajahnya juga tidak kita tambah atau kurang, tetap isi 4 produk, facial wash, toner, day cream sama night cream. Paling kita cuma menambah *gift-gift* gitu kak.”<sup>16</sup>

“Menurut saya ga ada yang beda di kemasannya kak, sama aja kayak ditempat-tempat lain. Kalo beli paket wajah isinya juga sama 4 produk.”<sup>17</sup>

---

<sup>14</sup> Adella, Admin MS Glow Solo Store, *Wawancara Pribadi*, 11 Januari 2023, Jam 10.00 - 11.00 WIB.

<sup>15</sup> Anggita, Reseller MS Glow Solo Store, *Wawancara Pribadi*, 15 Januari 2023, Jam 17.00 WIB.

<sup>16</sup> Adella, Admin MS Glow Solo Store, *Wawancara Pribadi*, 11 Januari 2023, Jam 10.00 - 11.00 WIB.

<sup>17</sup> Isma, Konsumen MS Glow Solo Store, *Wawancara Pribadi*, 16 Januari 2023, Jam 09.10 - 09.40 WIB.

Larangan yang selanjutnya terkait dengan *treatment* klinik yang tidak boleh disediakan menggunakan merek MS Glow dan tidak boleh membuka *store* untuk tingkatan *reseller* dan *member*. Dalam hal ini MS Glow Solo Store juga mentaati peraturan tersebut dengan tidak membuka *treatment* klinik atas nama MS Glow dan membuka *store* setelah berstatus agen yang awalnya berstatus *member* MS Glow, seperti keterangan berikut :

“Kita fokus menjual produk MS Glow tanpa membuka klinik kak. Kita pun baru punya store kurang lebih 2 tahunan ini setelah status kita sebagai agen.”<sup>18</sup>

“Kita ga ada *treatment* klinik kak, hanya store saja.”<sup>19</sup>

Selain data dari wawancara, penulis juga melihat *review* konsumen online MS Glow Solo Store. Dari 133 *review* terdapat 81 konsumen yang tidak menulis ulasan, hanya memberikan penilaian simbolis. 81 konsumen tersebut memberikan penilaian 4-5 bintang yang artinya konsumen puas dengan yang ia dapatkan dari MS Glow Solo Store. 52 konsumen yang memberikan ulasan dapat penulis kategorikan dalam 3 komentar yaitu berkaitan dengan 1) produk, rata-rata konsumen puas karena produk yang ori, produk tanpa cacat, produk lengkap; 2) respon admin yang cepat, ramah dan penjelasan mudah dimengerti; dan 3) pemberian *gift*, konsumen merasa senang dengan adanya *gift* sehingga banyak diantaranya berencana untuk *repeat order*. Maka penulis dapat menyimpulkan bahwa konsumen online MS

---

<sup>18</sup> Maria, Owner MS Glow Solo Store, *Wawancara Pribadi*, 11 Januari 2023, Jam 12.00 WIB.

<sup>19</sup> Adella, Admin MS Glow Solo Store, *Wawancara Pribadi*, 11 Januari 2023, Jam 10.00 - 11.00 WIB.

Glow Solo Store puas tanpa ada rasa kecewa terhadap pelayanan dan produk yang mereka beli di MS Glow Solo Store.

## Gambar 2 Review Konsumen Paket Wajah di Shopee MS Glow Solo Store



Melihat peraturan yang memuat larangan tersebut, terdapat sanksi yang akan diterima oleh Mitra Bisnis MS Glow jika melanggar peraturan tersebut. Sanksi tersebut yaitu :

1. Jenis sanksi yang ada di Kode Etik dan Peraturan ini adalah :
  - a. Sanksi sementara
  - b. Sanksi terminasi (permanen)
2. Perusahaan akan mengenakan sanksi atas pelanggaran berdasarkan pertimbangan :
  - a. Berat atau ringannya kerusakan atau kerugian yang ditimbulkan
  - b. Upaya perbaikan yang dapat dilakukan
3. Setiap pelanggaran ringan akan tercatat dalam system sebagai satu pelanggaran apabila terulang akan berubah menjadi pelanggaran berat yang dapat menjadi dasar diberikannya sanksi maksimal
4. Perusahaan menyadari sepenuhnya bahwa setiap orang dapat berubah dan karenanya berhak atas kesempatan kedua. Karenanya sejauh kerugian dan kerusakan yang ditimbulkan masih dapat diperbaiki dan/atau ditoleransi, maka perusahaan hanya akan memberikan sanksi yang ringan dengan tetap memperhatikan keadilan bagi Mitra Bisnis lain yang juga telah melakukan pelanggaran yang sama dan telah menjalani sanksi
5. Setiap Mitra Bisnis yang melakukan pelanggaran akan menerima pemberitahuan lebih lanjut kemudian dilakukan publikasi atas pelanggaran dan sanksinya dalam publikasi jaringan Mitra Bisnis agar dapat menajadikan perhatian Mitra Bisnis lain untuk tidak melakukan pelanggaran yang sama

Dari data yang telah didapat, bahwa peraturan yang dilanggar oleh MS Glow Solo Store ialah menjual produk MS Glow dibawah harga yang telah ditetapkan perusahaan khusus untuk produk paket wajah bagi pemakai atau *user*, selebihnya dijual sesuai harga pusat. Pihaknya lebih memilih menjual dibawah harga pusat demi bersaing dengan harga dari Mitra Bisnis MS Glow lainnya. Sudah menjadi rahasia umum bahwa banyak Mitra Bisnis MS Glow yang juga menjual dibawah harga pusat. Akan tetapi tidak ada tindakan dari perusahaan MS Glow walaupun pihak MS Glow Solo Store melanggar

peraturan. Ada informasi terkait sanksi *blacklist* bila ada Mitra Bisnis yang menjual produk MS Glow dengan harga yang lebih rendah, namun belum ada pemberitahuan resmi terkait hal tersebut. Bila ada laporan bahwa terdapat Mitra Bisnis yang melanggar peraturan akan ada tim legal yang mendatangi Mitra Bisnis tersebut untuk mengetahui kebenarannya.<sup>20</sup>

Perjanjian penjualan produk MS Glow bersifat baku yang ditetapkan oleh perusahaan MS Glow untuk mitra bisnisnya. *Owner* MS Glow Solo Store keberatan dengan adanya perjanjian penetapan harga jual tersebut sehingga pihaknya tidak menjual sesuai dengan harga yang telah ditetapkan perusahaan. Menjual produk dengan harga yang lebih rendah dari harga pusat akan lebih menguntungkan daripada harus menjual dengan harga pusat karena memang banyak sekali persaingan harga terhadap penjualan produk MS Glow, terlebih konsumen akan mencari harga yang lebih murah.<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> Adella, Admin MS Glow Solo Store, *Wawancara Pribadi*, 11 Januari 2023, Jam 10.00 - 11.00 WIB.

<sup>21</sup> Maria, Owner MS Glow Solo Store, *Wawancara Pribadi*, 11 Januari 2023, Jam 12.00 WIB.

**BAB IV**  
**ANALISIS PRAKTIK PERJANJIAN PENJUALAN PRODUK MS GLOW**  
**DI MS GLOW SOLO STORE PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG**  
**NOMOR 5 TAHUN 1999 DAN FIQH MUAMALAH**

**A. Analisis Praktik Perjanjian Penjualan Produk MS Glow di MS Glow Solo Store**

Dari uraian pada bab sebelumnya, dapat diketahui bahwa pada praktik penjualan produk MS Glow, secara garis besar MS Glow Solo Store menaati peraturan yang diberikan oleh perusahaan MS Glow. Namun ada salah satu peraturan yang dilarang yaitu menjual produk paket wajah MS Glow dibawah harga yang telah ditetapkan, yakni yang harusnya dijual dengan harga *user* Rp. 300.000 tetapi pihaknya menjual dengan kisaran harga Rp. 225.000 – 284.050 secara online. Padahal dalam peraturan, mitra bisnis tidak boleh memangkas harga sehingga menjual produk MS Glow dibawah harga pusat. Dengan harga yang lebih murah dari harga pusat, MS Glow Solo Store tetap menjual paket wajah sesuai jumlah isi dari pusat yang terdiri *dari facial wash, yoner, day cream dan night cream*. Dari data yang diperoleh penulis, untuk produk lainnya dijual dengan harga yang sama seperti harga pusat.



Gambar 3  
Harga Paket Wajah di Shopee MS Glow Pusat

09.47 MS GLOW Official Shop

PAKET WAJAH Free Pouch 2/15

5 Variasi Tersedia

MS GLOW Paket Wajah  
Rp33.843 x 12 bulan dengan SPayLater  
Rp300.000

Shopee Garansi 100% Ori  
Garansi uang kembali jika produk tidak ori

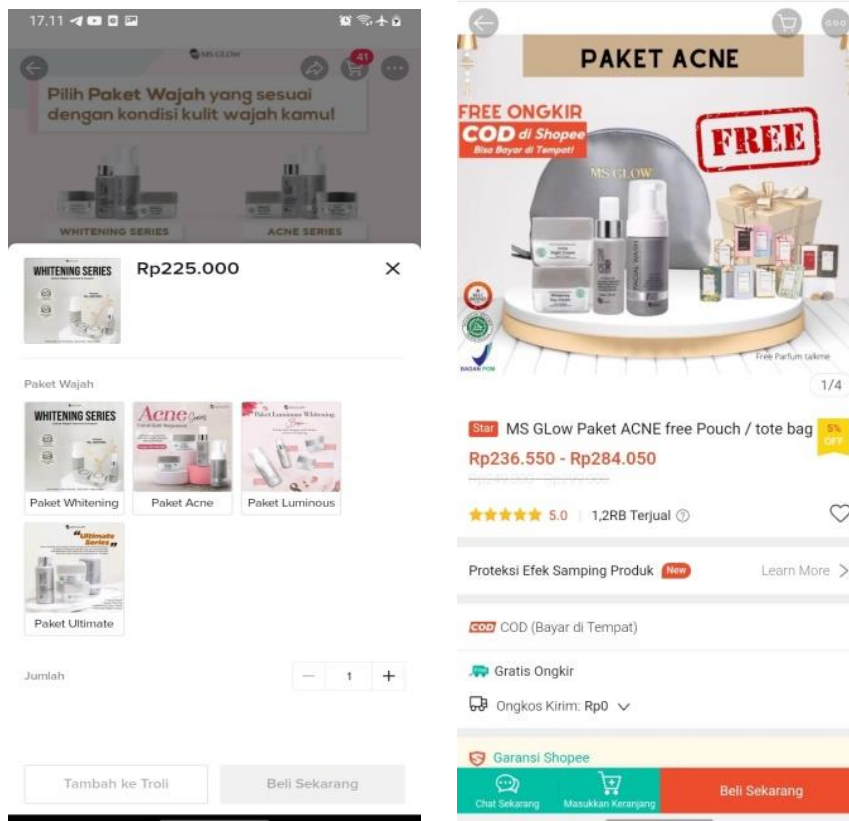
4.9 | 10RB+ Terjual

7 Hr Pengembalian | 100% Ori | Gratis Ongkir

Produk Tertaris No. 1 terlaris di MS Glow Paket

Chat Sekarang | Masukkan Keranjang | **Beli Sekarang**

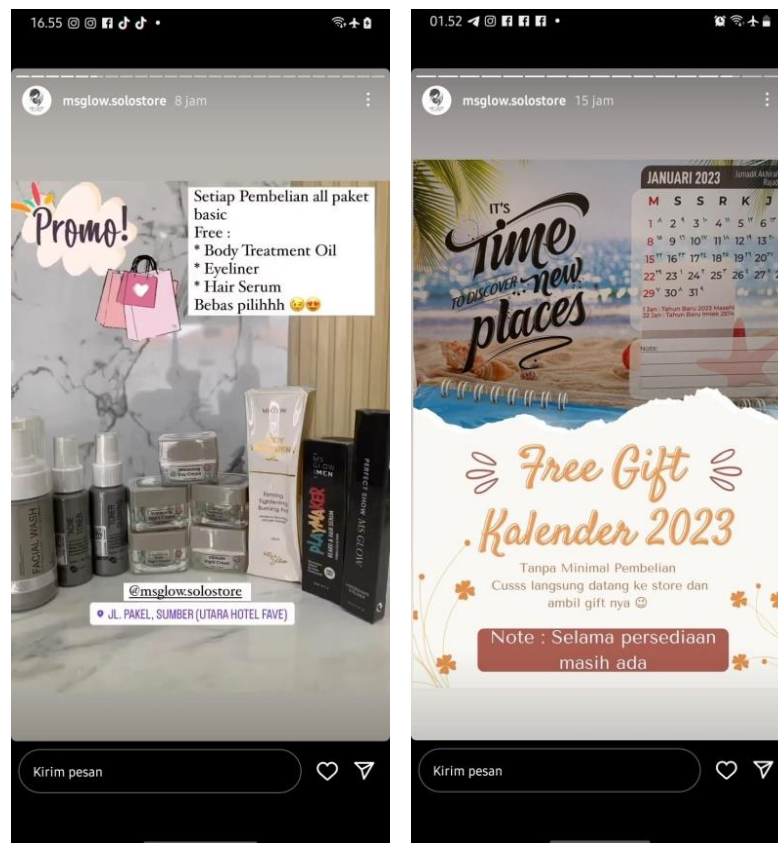
Gambar 4  
 Harga Paket Wajah di Tik Tok dan Shopee MS Glow Solo Store



Dari data primer, faktor penyebab MS Glow Solo Store tidak menaati salah satu peraturan dalam hal penetapan harga jual produk MS Glow ialah karena mengikuti arus pasar yang telah menjual produk MS Glow dibawah harga yang ditetapkan. Terlebih konsumen sangat condong ke harga yang lebih murah sehingga dikhawatirkan akan kalah saing meskipun sudah ada upaya untuk menarik minat pembeli dengan memberikan *gift* disetiap pembelian Rp. 150.000 atau setiap pembelian paket wajah MS Glow. Bahkan

untuk pembelian periode 2023 ini tidak ada minimal pembelian sehingga tiap pembeli akan mendapat *gift* bila stok produk masih ada.

Gambar 5  
Informasi Pemberian Gift di Instagram MS Glow Solo Store



## **B. Analisis Praktik Perjanjian Penjualan Produk MS Glow di MS Glow Solo Store Perspektif Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dan Fiqh Muamalah**

### **1. Analisis Praktik Perjanjian Penjualan Produk MS Glow di MS Glow Solo Store Perspektif Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999**

Peraturan yang dibuat oleh perusahaan MS Glow untuk mitra bisnisnya yang telah dilanggar oleh MS Glow Solo Store tersebut berkaitan dengan salah satu perjanjian terlarang dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yaitu perjanjian penetapan harga jual kembali yang tertera dalam pasal 8. Penetapan harga jual kembali atau *Resale Price Maintenance* (RPM) merupakan tindakan yang dilakukan produsen atau pemasok untuk mengontrol harga jual kembali, dibagi menjadi 2 macam yaitu harga jual maksimum dan harga jual minimum. Penetapan harga jual kembali yang ditetapkan perusahaan MS Glow ialah penetapan harga jual kembali minimum, dimana mitra bisnisnya tidak bisa menjual produk MS Glow dibawah harga yang telah ditetapkan.

Untuk mengetahui perjanjian perusahaan MS Glow ini berdampak negatif dan tidak sesuai dengan pasal 8 UU No. 5 tahun 1999 dapat dinilai melalui 2 kriteria, yaitu :

- a. Menjual dengan harga yang lebih rendah dari yang diperjanjikan

Perusahaan MS Glow membuat peraturan larangan penjualan produk dengan cara *cutting price* (memangkas harga). Akan tetapi MS Glow Solo Store menjual harga lebih rendah dari harga *user* pusat khusus pada produk paket wajah dan khusus dijual kepada pemakai. Hal ini dilakukan karena mengikuti harga pasar yang telah banyak persaingan harga dengan menjual produk paket wajah MS Glow jauh lebih rendah dari ketentuan harga *user* pusat.

b. Mengakibatkan persaingan usaha tidak sehat

1) Struktur pasar

Terdapat sanksi yang akan diberikan oleh perusahaan MS Glow bila mitra bisnisnya melanggar peraturan yang telah dibuatnya. Akan tetapi selama menjalankan bisnisnya dengan menjual produk paket wajah lebih rendah dari harga pusat, MS Glow Solo Store belum pernah mendapatkan sanksi dari perusahaan. Jadi struktur pasar masih dalam kondisi baik hanya saja permasalahan muncul dari Mitra Bisnis MS Glow lainnya yang menjual produk MS Glow dengan harga sangat rendah sehingga MS Glow Solo Store harus meningkatkan kualitasnya agar dapat menarik minat konsumen.

2) Analisis biaya manfaat

MS Glow Solo Store menjual produk paket wajah secara *offline* dengan harga Rp. 300.000 sesuai ketentuan harga pusat. Akan tetapi konsumen bisa memilih ingin mendapatkan

potongan harga Rp. 30.000 atau mendapat *gift* dan juga konsumen akan berkesempatan mengikuti undian setiap 2 minggu sekali. Hal ini dimaksudkan agar lebih banyak menarik minat konsumen untuk *repeat order* dan menjadi pelanggan setia MS Glow Solo Store. Dari adanya persaingan layanan ini, konsumen merasa senang dan mendapatkan keuntungan meskipun Mitra Bisnis MS Glow menjual produk sesuai harga pusat.

Dengan demikian perjanjian perusahaan MS Glow tentang larangan menjual produk MS Glow dengan cara *cutting price* ini bertentangan dengan pasal 8 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat karena dalam praktik perjanjian penjualan produk yang dilakukan di MS Glow Solo Store memenuhi kriteria adanya dampak negatif yang timbul dari penetapan harga jual minimum.

Perjanjian penjualan produk MS Glow antara perusahaan MS Glow dengan MS Glow Solo Store dilihat dari segi syarat sahnya perjanjian, sebagai berikut :

- a. Ada kecakapan dalam berkontrak, baik pihak perusahaan MS Glow atau MS Glow Solo Store merupakan subjek hukum yang memenuhi kriteria cakap hukum atau cakap berkontrak karena sudah dewasa,

- memiliki kondisi mental yang sehat dan tidak sedang dalam pembatasan kecakapan oleh undang-undang.
- b. Ada kesepakatan dari yang berkontrak, perjanjian ataupun peraturan penjualan produk MS Glow dibuat secara tertulis dan bersifat baku. Perjanjian tertulis ini lebih memberikan kepastian hukum bagi pihak yang berkontrak. Dengan bergabung dan memenuhi syarat sebagai Mitra Bisnis MS Glow maka dikatakan sepakat untuk mematuhi perjanjian atau peraturan yang ada.
  - c. Mengenai suatu hal tertentu, perjanjian ini juga memuat hak dan kewajiban bagi perusahaan MS Glow maupun Mitra Bisnis.
  - d. Ada sebab yang halal, KUHPerdara tidak menjelaskan tentang sebab yang dibenarkan hanya disebutkan sebab terlarangnya, salah satunya yaitu apabila bertentangan dengan undang-undang. Berdasarkan Pasal 8 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, perjanjian penjualan produk MS Glow tentang larangan menjual dengan cara *cutting price* itu tidak dibenarkan karena berdampak negatif yaitu persaingan usaha tidak sehat.

Oleh sebab itu, perjanjian penjualan produk MS Glow dengan MS Glow Solo Store tidak memenuhi salah satu syarat sahnya perjanjian yaitu adanya sebab yang halal karena perjanjian tersebut bertentangan dengan Pasal 8 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

## 2. Analisis Praktik Perjanjian Penjualan Produk MS Glow di MS Glow Solo Store Perspektif Fiqh Muamalah

Akad dalam fiqh muamalah harus memenuhi rukun dan syaratnya yaitu harus ada *āqid* atau orang yang berakad, ada *ma'qūd alaih* atau sesuatu yang diakadkan, ada *maudhū' al-āqd* atau tujuan akad, dan ada *ṣīghat al-āqd* atau pernyataan dari pihak yang berakad.<sup>1</sup> Dalam perjanjian penjualan Produk MS Glow yang dilakukan perusahaan MS Glow dengan MS Glow Solo Store ini sudah memenuhi rukun dari akad. Hanya saja perjanjian ini merupakan bentuk perjanjian baku yang ditetapkan oleh perusahaan MS Glow, sehingga Mitra Bisnis terpaksa untuk menyetujuinya demi pekerjaan. Padahal akad harus berjalan sesuai prinsip-prinsip berakad, yaitu akad harus sesuai dengan syara', harus berdasarkan kerelaan atau suka sama suka tanpa ada unsur paksaan, harus memberikan manfaat, dan harus mengedepankan keadilan dan keseimbangan.<sup>2</sup> Dalam hal ini salah satu peraturannya ialah larangan menjual dengan cara *cutting price*. MS Glow Solo Store sebagai Mitra Bisnis keberatan dengan adanya peraturan tersebut sehingga tidak memenuhi prinsip atau asas akad kerelaan (*Al-Riḍā*).

Dilihat dari sah tidaknya perjanjian atau akad dalam Islam, perjanjian penjualan produk MS Glow antara perusahaan MS Glow dengan MS Glow Solo Store dikategorikan sebagai berikut :

---

<sup>1</sup> Akhmad Farroh Hasan, *Fiqh Muamalah Dari Klasik Hingga...*, hlm. 24.

<sup>2</sup> Hendra Cipta, "Diskusi Konsep Dan Prinsip Akad...", hlm. 82-84.



- a. Ada subjek akad (*āqid*), perusahaan MS Glow dan MS Glow Solo Store sama-sama cakap berakad karena tidak cacat jiwa dengan kondisi mental yang baik dan sudah *baligh*.
- b. Ada objek akad (*ma'qūd alaih*), objek perjanjian penjualan produk MS Glow bersifat jelas, bernilai manfaat dan dapat diserahkan sesuai kesepakatan.
- c. Ada tujuan akad (*maudhū' al-āqd*), timbulnya kewajiban antara kedua pihak ketika setelah dilakukannya akad yang sesuai syara'. Adanya penetapan harga jual kembali dari MS Glow, maka pihak MS Glow Solo Store tidak melaksanakan peraturan tersebut karena mengikuti arus pasar yang menjual harga lebih rendah dari harga pusat.
- d. Ada ijab dan kabul (*ṣīghat al-āqd*), perjanjian atau peraturan ini jelas dan mudah dimengerti. Namun karena sifatnya yang baku menimbulkan rasa terpaksa karena kurang sesuai dengan kemauan mitra bisnis.

Dari hal tersebut, maka perjanjian terkait penetapan harga ini tidak memenuhi beberapa syarat sahnya perjanjian. Oleh karena itu perjanjian atau akad ini merupakan akad tidak shahih karena ada syarat atau unsur yang tidak dipenuhi atau akad bathil.

Table 2

Perjanjian Penjualan Produk MS Glow Perspektif Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dan Fiqh Muamalah

No	Keterangan	UU No. 5 Tahun 1999	Fiqh Muamalah
1	Perjanjian Penetapan Harga	Praktik di MS Glow Solo Store memiliki dampak negatif dari penetapan harga jual minimum yang dapat dinilai melalui 2 hal, yaitu : 1) Menjual dengan harga yang lebih rendah dan 2) Mengakibatkan persaingan usaha tidak sehat karena ada sanksi bila melanggar dan memberi <i>gift</i> untuk kepuasan pelayanan sehingga konsumen merasa senang dan mendapatkan keuntungan meskipun Mitra Bisnis MS Glow menjual produk sesuai harga pusat.	Perjanjian penjualan produk MS Glow bersifat baku sehingga pihak mitra bisnis tidak dapat ikut andil. Hal ini menimbulkan adanya ketidaksesuaian keinginan atau kepentingan mitra bisnis, sehingga mitra bisnis merasa keberatan namun tetap dijalankan demi bisnisnya. Adanya unsur keterpaksaan ini berlainan dengan asas atau prinsip kerelaan ( <i>al-riḍā</i> ) yang berlandaskan suka sama suka dalam perjanjian atau akad.

Sumber : Diolah dari Data Primer Januari 2023

Table 3  
Syarat Sahnya Perjanjian dalam Perjanjian Penjualan Produk MS Glow

No	Keterangan	Hukum Positif (Pasal 1320 KUHPerdara)	Hukum Islam (Fiqh Muamalah )
1	Syarat Sah Perjanjian	Syarat sah perjanjian yang tidak dipehuhi ialah ada sebab yang halal, yang bertentangan dengan undang-undang terkait Pasal 8 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, perjanjian penjualan produk MS Glow tentang larangan menjual dengan cara <i>cutting price</i> itu tidak dibenarkan. Maka perjanjian penetapan harga jual kembali tidak sah untuk dilakukan.	Beberapa syarat sah perjanjian yang tidak terpenuhi pada perjanjian penetapan harga perusahaan MS Glow dengan MS Glow Solo Store sehingga akad tidak shahih yaitu tujuan akad ( <i>maudhū' al-āqd</i> ) dimana pihak MS Glow Solo Store tidak melaksanakan kewajiban karena mengikuti arus pasar dan pada ijab kabul ( <i>ṣīghat al-āqd</i> ) perjanjian atau peraturan dengan sifat baku menimbulkan rasa terpaksa karena kurang sesuai dengan kemauan mitra bisnis.

Sumber : Diolah dari Data Primer Januari 2023

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari data dan penjelasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Praktik penjualan produk MS Glow yang dilakukan MS Glow Solo Store yang tidak sesuai dengan perjanjian ialah pihak MS Glow menjual produk paket wajah dengan harga lebih rendah yang seharusnya dijual dengan harga *user* sesuai dengan peraturan perusahaan yang melarang mitra bisnisnya menjual produk MS Glow dengan cara *cutting price*.
2. Praktik perjanjian penjualan produk MS Glow di MS Glow Solo Store perspektif Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, dalam hal ini terdapat pada pasal 8 yang kaitannya dengan penetapan harga oleh perusahaan MS Glow. Penetapan harga tersebut berdampak negatif, dibuktikan dalam praktik penjualan produk MS Glow di MS Glow Solo Store dengan dua kata kunci yaitu adanya penjualan produk dengan harga yang lebih rendah dan mengakibatkan persaingan usaha tidak sehat. Maka perjanjian atau peraturan perusahaan MS Glow tersebut bertentangan dengan pasal 8 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang berakibat pada tidak sahnya perjanjian karena bertentangan dengan Undang-Undang.

3. Praktik perjanjian penjualan produk MS Glow di MS Glow Solo Store perspektif fiqh muamalah, dalam hal ini Islam memiliki kebebasan berakad dengan tetap memperhatikan kepentingan pihak lainnya. Yang terjadi ialah dari sisi prinsip atau asas kerelaan (*al-riḍā*) yang tidak dipenuhi karena MS Glow Solo Store keberatan dengan adanya penetapan harga yang ditetapkan perusahaan MS Glow. Padahal kondisi pasar penjualan produk MS Glow itu dibawah harga yang telah ditetapkan sehingga MS Glow Solo Store juga mengikuti arus pasar yang dalam hal ini tujuan akad (*maudhū' al-āqd*) tidak terpenuhi dan ijab kabul (*ṣīghat al-āqd*) juga tidak dilakukan secara transparan karena ada unsur terpaksa.

## **B. Saran**

Terdapat beberapa hal yang bisa diperhatikan sebagai masukan dari penulis untuk menyeimbangkan hubungan yang ada, yaitu :

1. 'Bagi perusahaan MS Glow alangkah lebih baik jika menentukan harga jual minimum dan maksimum kepada Mitra Bisnis dengan harapan Mitra Bisnis mentaati peraturan tersebut dan dapat bersaing secara sehat.
2. Bagi Mitra Bisnis MS Glow alangkah lebih baik jika tidak menjual produk paket MS Glow sangat rendah dari harga pusat (*harga user*) hingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat antar mitra bisnis.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan agar dapat memperkuat data sehingga hasil penelitian lebih baik dan maksimal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Junaidi, “Analisi Asas Konsensualisme Di Lembaga Keuangan Syariah”, *Iqtishadia* Vol. 8, No. 2, 2015.
- Adella, Admin MS Glow Solo Store, *Wawancara Pribadi*, 11 Januari 2023.
- Adisty, Naomi, “Tumbuh Pesat, Pemakaian Produk Kecantikan di Indonesia Kian Meningkat” dikutip dari <http://goodstats.id/article/menilik-meningkatkannya-konsumsi-produk-kecantikan-di-indonesia-LcQed> diakses pada tanggal 26 April 2023 pukul 13.11 WIB.
- Adity, Ivan, “Perusahaan Kosmetik di Indonesia Tumbuh 20,6 Persen” dikutip dari <http://www.krjogja.com/peristiwa/read/497680/perusahaan-kosmetik-di-indonesia-tumbuh-206-persen> diakses pada tanggal 26 April 2023 pukul 13.10 WIB.
- Anggita, Reseller MS Glow Solo Store, *Wawancara Pribadi*, 15 Januari 2023.
- Aqimuddin, Eka An dan Marye Agung Kusmagi, *Bisnis Tidak Sehat*, Depok : Penebar Swadaya Grup, 2022.
- Asmah dan Melantik Pompegading, “Implementasi Hukum Persaingan Usaha Di Masa Pandemi Bagi UMKM Di Kota Makassar”, *Jurnal Persaingan Usaha* Vol. 1, No. 1, 2021.
- Bachri, Bachtiar S, “Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif”, *Jurnal Teknologi Pendidikan* Vol. 10, No. 1, 2010.
- Budiastuti, Dyah dan Agustinus Bandur, *Validitas Dan Realibilitas Penelitian Dengan Analisis NVIVO, SPSS Dan AMOS*, Jakarta : Mitra Wacana Media, 2018.
- Cipta, Hendra, “Diskusi Konsep Dan Prinsip Akad Dalam Hukum Islam”, *Asy-Syar’iyyah* Vol. 1, No. 1, 2016.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahnya*, Jakarta : Al-fatih, 2012.
- Fikri, Ahmad “BI Proyeksikan Transaksi E-Commerce 2023 tumbuh 12%” dikutip dari <https://ekonomi.republika.co.id/berita/roqem1490/bi-proyeksi-transaksi-ecommerce-2023-tumbuh-12-persen> diakses pada tanggal 7 Mei 2023 pukul 14.00 WIB

Gumanti, Retna, "Syarat Sahnya Perjanjian (Ditinjau Dari KUHPerdara)", *E-Journals Universitas Negeri Gorontalo*.

Hadiningrum, Lila Pangestu, *Metode Penelitian (Sebuah Pengantar Disiplin Keilmuan)*, Malang : AhlimediaPress, 2020.

Hardani, dkk, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, Yogyakarta : Pustaka Ilmu, 2020.

Hasan, Akhmad Farroh, *Fiqh Muammalah Dari Klasik Hingga Kontemporer*, Malang : UIN Maliki Press, 2018.

<http://msglowid.com/about/brandstory> diakses pada tanggal 2 November 2022 Pukul 17.20 WIB

<https://ms-glow.store/blog/about-tentang-ms-glow> diakses pada tanggal 2 November 2022 Pukul 17.20 WIB

Ikhsanti, Hananda Fitra, "Analisis Hukum Islam Dan Fatwa DSN MUI Nomor 10/DSN-MUI/IV/2000 Terhadap Jual Beli Sistem Reseller Dropship Skincare MS Glow Di Ren\_Beauty", *Skripsi Tidak Diterbitkan*, Prodi Hukum Ekonomi UIN Sunan Ampel Surabaya, Surabaya, 2022.

Intan, Konsumen MS Glow Solo Store, *Wawancara Pribadi*, 15 Januari 2023.

Isma, Konsumen MS Glow Solo Store, *Wawancara Pribadi*, 16 Januari 2023.

Janah, Anita Roikhatul, "Jual Beli Dengan Sistem Banting Harga Prespektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus di Toko Baju Appleblossom Purwokerto)", *Skripsi Tidak Diterbitkan*. Prodi Hukum Ekonomi IAIN Purwokerto, Purwokerto, 2021.

Karina, Aisyah Dinda, "Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Terhadap Pelaku Usaha Di Pasar Tradisional", *Jurnal Ilmiah Dunia Hukum* Vol. 3, No. 2, 2019.

Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, "Perubahan Gaya Hidup Dorong Industri Kosmetik" dikutip dari <http://kemenperin.go.id/artikel/21460/Perubahan-Gaya-Hidup-Dorong-Industri-Kosmetik> diakses pada tanggal 26 April 2023 pukul 13.09 WIB.

Kominfo, "E-Commerce Semakin Gurih" dikutip dari <mailto:www.kominfo.go.id/content/detail/32999/bisnis-e-commerce-semakin-gurih/0/artikel> diakses pada tanggal 26 April 2023 pukul 14.15 WIB

- Lubis, Andi Fahmi, dkk, *Hukum Persaingan Usaha*, Jakarta : Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), 2017.
- Luthfi, Adam, dkk, *Statistik E-Commerce 2021*, Jakarta : Badan Pusat Statistik, 2021.
- Ma'rifah, Aulia, "Penetapan Harga Suatu Produk Di Bawah Harga Official Store Menurut Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Dan Fiqh Muamalah (Studi Reseller Skincare Pada Marketplace Shopee)", *Skripsi Tidak Diterbitkan*. Prodi Hukum Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, Malang, 2021.
- Mahsa, Konsumen MS Glow Solo Store, *Wawancara Pribadi*, 15 Januari 2023.
- Maria, Owner MS Glow Solo Store, *Wawancara Pribadi*, 11 Januari 2023.
- Misno, Abd, *Fiqh Muamalah Al-Maaliyah : Hukum Ekonomi dan Bisnis Syariah*, Yogyakarta : CV Bintang Semsta Media, 2022.
- Muhlizar, "Larangan Praktek Monopoli Barang Perspektif Hukum Positif Dan Hukum Islam".
- Nababan, Roida dan Jeremia Saragih, "Tinjauan Yuridis Terhadap Perjanjian Yang Dilarang Dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Yang Dilakukan Oleh Pelaku Usaha Keramba Jaring Apungdi Haranggaolharison Kabupaten Simalungun", *Visi Ilmu Sosial dan Hukum* Vol. 1 No. 2, 2020.
- Nggaba, Mayun E, *Metodologi Penelitian di Berbagai Bidang*, Bandung : Media Sains Indonesia, 2020.
- Novenanty, Wurianalya Maria, "Prjanjian Baku Dalam dunia bisnis Dikaitkan Dengan Hak Asasi Manusia", *Melintas* Vol.33, No. 1, 2017.
- Novizas, Arina dan Andri Gunwan, "Studi Kasus Analisis Ekonomi Atas Hukum Tentang Hukum Anti Monopoli Dan Persaingan Usaha", Vol. 2, No. 1, 2017.
- Nurfaizy, Muh Rafly, "Tinjauan Fiqh Muamalah Larangan Menjual dibawah Harga Pasar", *Skripsi Tidak Diterbitkan*, Prodi Ilmu Hukum, UIN Alauddin Makassar, Makassar, 2018.
- Prastowo, Andi, *Menguasai Teknik-Teknik Koleksi Data Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta : Diva Press, 2010.



- Primananda, Ridho Nuzul, "Tinjauan Yuridis Penerapan Klausula Baku Dalam Perjanjian Pengikatan Jual Beli yang Diibuat Oleh Pengembang di Kota Batam", *Skripsi Tidak Diterbitkan*, Prodi Ilmu Hukum Universita International Batam, Batam, 2018.
- Rizka, "Tinjauan Yuridis Integrasi Vertikal Perspektif Hukum Persaingan Usaha (Studi Kasus Putusan Kppu: 13/Kppu-I/2019)", *Skripsi Tidak Diterbitkan*, Prodi Ilmu Hukum/Hukum Keperdataan Universitas Hasanuddin Makassar, Makassar, 2022.
- Romli, Muhammad, "Konsep Syarat Sah Akad Hukum Islam Dan Syarat Sah Perjanjian Pasal 1320 KUH Perdata", *Tahkim* Vol. 17, No. 2, 2021.
- Sari, Novi Ratna, "Komparasi Syarat Sahnya Perjanjian Menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Dan Hukum Islam", *Jurnal Repertorium* Vol. 4, No. 2, 2017.
- Siyoto, Sandu, dkk, *Dasar Metodologi Penelitian*, Yogyakarta : Literasi Media Publishing, 2015.
- Soemitra, Andri, *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah di Lembaga Keuangan dan Bisnis Kontemporer*, Jakarta : Kencana, 2019.
- Sudiarto, *Pengantar Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*, Jakarta : Kencana, 2021.
- Sugiyono, *Metode Penelitian*, Bandung : CV. Alfabeta, 2011.
- Suhadi, Endi dan Ahmad Arif Fadilah, "Penyelesaian Ganti Rugi Akibat Wanprestasi Perjanjian Jual Beli Online Dikaitkan Dengan Pasal 19 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen", *Jurnal Inovasi Penelitian* Vol. 2, No. 7, 2021.
- Sumarab, Mariani, "Sengketa Persaingan Usaha Kegiatan Perdagangan Menurut Undang-Undang Nomor. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat", *Lex Privatum* Vol. 9, No. 6, 2021.
- Sundari, Siska Dewi, "Tinjauan Hukum Perikatan Islam Terhadap Kontrak Member Produk Skincare MS Glow Di Cabang Pamekasan", *Skripsi Tidak Diterbitkan*. Prodi Hukum Ekonomi IAIN Kediri, Kediri, 2022.
- Syahfitri, Triyana, "Perlindungan Hukum Petani Kelapa Terdapat Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Di Indonesia", *Jurnal Das Sollen* Vol. 5, No. 1, 2021.
- Syaikhu, dkk, *Fikih Muamalah : Memahami Konsep dan Dialektika Kontemporer*, Yogyakarta : K-Media, 2020.

Syamril, “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pada Lakita Cell di Kota Makassar”, *Skripsi* Tidak Diterbitkan, Universitas Muammadiyah Makassar, Makassar, 2021.

Tika, Pabundu, *Metodelogi Riset Bisnis*, Jakarta : Bumi Aksara, 2006.

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 33, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3817).

Usman, Rachmadi, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*, Jakarta : Sinar Grafika, 2022.

Wibowo, Irwan Satria, “Dampak E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce Bukalapak”, *Skripsi* Tidak Diterbitkan, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, 2020.

Yetti, dkk, “Perspektif Hukum Persaingan Usaha Terhadap Diskriminasi Harga Penjualan Barang Pada Pasar Kaget Dan Pasar Tradisional”, *Recita Review* Vol. 3, No. 2, 2021.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1

#### JADWAL PENELITIAN

No	BULAN KEGIATAN	JANUARI				FEBRUARI				MARET			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Persiapan Penelitian	X											
2	Perencanaan	X	X										
3	Pelaksanaan I			X									
4	Pelaksanaan II				X								
5	Pelaksanaan III						X						
6	Pengolahan Data						X	X					
7	Penyusunan Laporan							X	X	X	X		

SURAT IZIN PENELITIAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA**  
**FAKULTAS SYARIAH**  
Jalan Pandawa, Pucangan, Kartasura, Sukoharjo, Telepon (0271) 781516 Fax (0271) 782774  
Homepage: syariahuisainsaid.ac.id. – Email: [syariah@uisainsaid.ac.id](mailto:syariah@uisainsaid.ac.id)  
Hotline: 0857 2883 3097 (Akademik) – 0813 2977 7104 (Humas)

Nomor: B-755/Un.20/F.II/PP.00.9/4/2023  
Lamp :-  
Hal : Permohonan Izin Penelitian

13 April 2023

Kepada:  
Owner MS Glow Solo Store  
Di tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yang bertandatangan di bawah ini Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta memohon izin atas:

Nama : Hanifah Syarifatul Istiqomah  
NIM : 192111161  
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah  
Fakultas : Syariah  
Judul Penelitian : "Analisis Perjanjian Penjualan Produk MS Glow Perspektif Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Dan Fiqh Muamalah (Studi Kasus di MS Glow Solo Store)"

Waktu Penelitian : 1 (satu) bulan sejak surat permohonan ini dikeluarkan untuk melakukan penelitian pada instansi atau lembaga yang Saudara pimpin.

Demikian, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*



Dekan,

Dr. Ismail Yahya, S.Ag., M.A.  
NIP. 19750409 199903 1 001

## Lampiran 3

### PEDOMAN WAWANCARA

#### A. Pertanyaan untuk owner dan admin MS Glow Solo Store

1. Boleh diceritakan awal mula join MS Glow dan terbentuknya MS Glow Solo Store!
2. Apa aja fasilitas yang didapat di MS Glow Solo Store (ex : konsul gratis, informasi produk, dll) dan jam operasional, metode pemesanan dan pembayarannya seperti apa kak?
3. MS Glow Solo Store ini statusnya Reseller/member atau apa kak diperusahaan MS Glow? (Bisa ditunjukkan ID Cardnya kak)
4. Produk MS Glow yang dijual MS Glow Solo Store apa aja ya kak?
5. MS Glow Solo Store ada klinik treatment atau tidak kak?
6. Selama ini presentase penjualan tiap produknya berapa aja ya kak atau berapa produk yang sudah terjual sampai sekarang ini?
7. Dari yang saya tau, harga paket wajah MS Glow di official store dengan MS Glow Solo Store itu berbeda ya kak, kalo boleh tau kenapa ya kak?
8. Bagaimana pendapat kakak tentang peraturan perusahaan MS Glow terkait dengan larangan menjual dibawah harga?
9. Sanksi yang didapat ketika mitra bisnis menjual produk MS Glow dibawah harga itu apa ya kak?
10. Bagaimana cara kakak untuk meningkatkan kualitas bisnis kakak agar semakin banyak konsumen dan agar selalu ada dalam persaingan usaha yang sehat dengan mitra bisnis MS Glow lainnya?

B. Pertanyaan untuk konsumen dan reseller MS Glow Solo Store

1. Apa alasan kakak membeli produk di MS Glow Solo Store?
2. Selama menjadi konsumen, apakah kakak pernah menemui bahwa MS Glow Solo Store menjual produk selain MS Glow?
3. Ketika konsultasi, apakah kakak pernah mengetahui bahwa MS Glow Solo Store ini menjelek-jelekan produk selain MS Glow?
4. Apakah kakak pernah menjumpai bahwa MS Glow Solo Store pernah mengganti/menambah kemasan MS Glow?
5. Apakah kakak pernah menjumpai bahwa MS Glow Solo Store pernah mengurangi/menambah isi dari paket MS Glow?

Lampiran 4

HASIL WAWANCARA

Narasumber : Kak Maria

Status : Owner MS Glow Solo Store

Hari, Tanggal : 11 Januari 2023

Waktu : 12.00 WIB

No.	Pertanyaan	Jawaban
1	Boleh diceritakan awal mula join MS Glow dan terbentuknya MS Glow Solo Store!	Sebelum nikah sampai setelah menikah dan punya anak aku suka banget perawatan. Nah dari situ aku pengen coba-coba jualan karena aku dulu ga punya kesibukan juga, cuma ibu rumah tangga. Aku beraniin gabung MS Glow dan alhamdulillah laku, aku tambah semangat jualan sampai sekarang bisa buka store.
2	MS Glow Solo Store ini statusnya Reseller/member atau apa kak diperusahaan MS Glow? (Bisa ditunjukkan ID Cardnya kak)	Status kita sekarang ini agen kak. Tahun 2020 mulai jadi agen. Sebelumnya reseller, aku daftar tahun 2018.
3	Selain jual produk, MS Glow Solo Store ada klinik treatment atau tidak kak?	Kita fokus menjual produk MS Glow tanpa membuka klinik kak. Kita pun baru punya store kurang lebih 2 tahunan ini setelah status kita sebagai agen.
4	Selama ini presentase penjualan tiap produknya berapa aja ya kak atau berapa produk yang sudah terjual sampai sekarang	Maaf kak kita ga bisakasih tau karena privasi tapi penjualan terbanyak itu dari paket wajah

	ini?	
5	Dari yang saya tau, harga paket wajah MS Glow di official store dengan MS Glow Solo Store itu berbeda ya kak, kalo boleh tau kenapa?	Memang dari perusahaan itu menentukan harga jual yang paket wajah itu Rp. 300.000 tapi persaingan semakin banyak ya kak jadi kita mau jual dengan harga Rp. 300.000 itu rasanya ga mungkin. Biasanya kita jual dibawah harga itu di Shopee sama Tik Tok karena yang lainnya juga ngasih harga murah, makanya kita menurunkan harga jualnya
6	Dengan menjual paket wajah MS Glow dibawah hargapun masih untung ya kak?	Lebih menguntungkan karena lebih banyak orderan daripada harus menjual dengan harga pusat karena memang banyak sekali persaingan harga. Apalagi konsumen banyak cari harga yang lebih murah.
7	Bagaimana pendapat kakak tentang peraturan perusahaan MS Glow terkait dengan larangan menjual dibawah harga?	Sedikit keberatan ya kak kalo ada penetapan harga tapi ada yang jual dibawah harga. Mau gimana lagi, kita Cuma bisa ngikutin perintah soalnya kita juga butuh.
8	Bagaimana cara kakak untuk meningkatkan kualitas bisnis kakak agar semakin banyak konsumen dan agar selalu ada dalam persaingan usaha yang sehat dengan mitra bisnis MS Glow lainnya?	Kita mengutamakan pelayanan, member gift, lalu kita menguatkan pemakaian medsos untuk promosi dan jualan karena penjualan langsung distore sudah lumayan baik makanya butuh medsos untuk lebih menarik konsumen .



Narasumber : Kak Ardila

Status : Admin MS Glow Solo Store

Hari, Tanggal : 11 Januari 2023

Waktu : 10.00-11.00 WIB

No.	Pertanyaan	Jawaban
1	Ini mitra bisnis resmi dari MS Glow dan semua produk ori ya kak?	Iya kak, kita agen resmi MS Glow dan yang kita jual semuanya ori.
2	Boleh liat produk apa aja yang dijual kak?	Boleh kak. (menunjukkan produk dan pricelist)
3	Selain jual produk, MS Glow Solo Store ada klinik treatment atau tidak kak?	Kita ga ada <i>treatment</i> klinik kak, hanya store saja.
4	Selama ini presentase penjualan tiap produknya berapa aja ya kak atau berapa produk yang sudah terjual sampai sekarang ini?	Paket wajah sih kak, udah puluhan ribu. Kalo produk lain masih standar penjualan.
5	Kalo boleh tau berapa orang yang minat gabung MS Glow Solo Store sebagai member atau reseller kak dan syarat joinnya apa?	Reseller ada 28 orang, membernya ada 16 orang dan agen berjumlah 1 orang. Untuk syarat bergabung harus mengisi data diri, menyerahkan bukti transfer, menyerahkan KTP dan foto pribadi. (menunjukkan daftar reseller/member beserta capaian penjualan dan syarat join).
6	Ada produk lain ga kak yang dijual di MS Glow Solo Store?	Disini khusus menjual produk MS Glow saja kak, kita tidak berani untuk menjual produk lain, jadi kita fokus pada produk MS Glow. Kita pakai produk lain cuma buat gift. Kalo stoknya ada kita pakai produk MS Glow juga buat giftnya.

7	Giftnya itu biasanya apa aja ya kak?	Gift setiap pembelian minimal Rp. 150.000 kak. Biasanya dikasih totebag, <i>pouch</i> , <i>masker organik</i> , <i>parfum</i> , <i>tas</i> , <i>makeup box</i> atau free produk MS Glow. Mereka bisa pilih salah satu.
8	Kalau ada giftnya gitu harga jualnya sama seperti harga pusat kak?	Untuk harga jual di toko kita ini sama seperti harga pusat tapi nanti kita bakal tawarin mau potongan harga atau <i>gift</i> gitu kak. Kalo di Shopee sama Tik Tok itu emang kita masukan harganya lebih rendah dari harga pusat tp nanti juga udah dipotong sendiri sama pihak mereka.
9	Kalau jual dibawah harga pusat itu bakal ada sanksinya ga kak?	Denger-denger ada blacklist tapi ga tau ya info resminya.
10	Berarti itu dipantau dari pusat atau bagaimana kak?	Biasanya ada yang ngelaporin terus tim legal datang buat cari tau. Kurag lebih gitu kak, pastinya ga tau karena alhamdulillah sini belem ada kena sanksi.
11	Ada triknya ga kak untuk mendapatkan konsumen? Pernah ga kak untuk mempengaruhi konsumen untuk jadi member atau reseller?	Selain ngasih gift kita adavundian selama 2 minggu sekali untuk konsumen yang membeli produk MS Glow minimal Rp. 200.000. Selama ini kita ga pernah mempengaruhi konsumen perusahaan lainnya untuk menjadi reseller atau member kita kak. Bisanya itu malah mereka datang emang niat mau gabung sama kita nah nanti baru saya jelasin keuntungannya apa aja gitu. Atau biasanya kita ngasih tau ke konsumen kita kalo kita juga menerima reseller atau member kak.
12	Ada yang dirubah ga kak dari segi kemasan dan isi?	Kemasan tetap kak tidak kita rubah sama sekali. Jumlah produk per paket wajahnya juga tidak kita tambah atau kurang, tetap isi 4 produk, facial wash, toner, day cream sama

		night cream. Paling kita cuma menambah gift-gift kak.
--	--	---

Narasumber : Kak Intan

Status : Konsumen MS Glow Solo Store

Hari, Tanggal : 15 Januari 2023

Waktu : 14.40-15.00 WIB

No.	Pertanyaan	Jawaban
1	Apa alasan kakak membeli produk di MS Glow Solo Store?	Harganya itu lebih murah di Tik Toknya MS Glow Solo Store mbak kalo ga salah dibawah Rp. 250.000 dan itu dapet gift. Kalo di store kan minimal Rp. 300.000 dapat potongan Rp. 30.000 atau gift.
2	Selama menjadi konsumen, apakah kakak pernah menemui bahwa MS Glow Solo Store menjual produk selain MS Glow?	Setahu saya cuma produk MS Glow, paling untuk gift kayak maskee organiknya itu bukan produk MS Glow.
3	Ketika konsultasi, apakah kakak pernah mengetahui bahwa MS Glow Solo Store ini menjelek-jelekan produk selain MS Glow?	Saya belum pernah denger mereka menjelek-jelekan produk lain sih mbak, paling cuma nawarin sama jelasin manfaat produk MS Glow.
4	Apakah kakak pernah menjumpai bahwa MS Glow Solo Store pernah mengganti/menambah kemasan MS Glow?	Kemasannya ga ada yang diganti, sama-sama aja menurut saya mbak

5	Apakah kakak pernah menjumpai bahwa MS Glow Solo Store pernah mengurangi/menambah isi dari paket MS Glow?	Ga pernah kak. Yang basic cuma 4 produk itu aja.
---	---	--

Narasumber : Kak Mahsa

Status : Konsumen MS Glow Solo Store

Hari, Tanggal : 15 Januari 2023

Waktu : 20.00-20.20 WIB

No.	Pertanyaan	Jawaban
1	Apa alasan kakak membeli produk di MS Glow Solo Store?	Saya cari MS Glow yang harganya murah, nah kebetulan di MS Glow Solo Store ini ada potongan Rp. 30.000 mbak, lumayan banget itu. Bisanya kan cuma dikasih gift-gift gitu ya tapi disini bisa milih mau dapet potongan atau gift.
2	Selama menjadi konsumen, apakah kakak pernah menemui bahwa MS Glow Solo Store menjual produk selain MS Glow?	Ga ada sih mbak, selama beli disini ya cuma ada produk MS Glow.
3	Ketika konsultasi, apakah kakak pernah mengetahui bahwa MS Glow Solo Store ini menjelek-jelekan produk selain MS Glow?	Ga pernah mbak, soalnya pas konsultasi juga pertanyaan saya cuma bahas masalah kulit saya setelah pakai MS Glow.

4	Apakah kakak pernah menjumpai bahwa MS Glow Solo Store pernah mengganti/menambah kemasan MS Glow?	Ga ada ya mbak, kemasannya sama kayak yang lain.
5	Apakah kakak pernah menjumpai bahwa MS Glow Solo Store pernah mengurangi/menambah isi dari paket MS Glow?	Mengurangi sih engga mbak tapi menambah. Itu itungannya gift sih.

Narasumber : Kak Isma

Status : Konsumen MS Glow Solo Store

Hari, Tanggal : 16 Januari 2023

Waktu : 09.10-09.40 WIB

No.	Pertanyaan	Jawaban
1	Apa alasan kakak membeli produk di MS Glow Solo Store?	Awalnya itu beli secara offline tapi setelah tau onlinenya lebih murah jadi beli online. Online offline juga sama dapat gift.
2	Selama menjadi konsumen, apakah kakak pernah menemui bahwa MS Glow Solo Store menjual produk selain MS Glow?	Setahu saya ga ada ya kak. Semua produk perawatan kulit dari Ms Glow, kosmetik yang dijual juga produk MS Glow.
3	Ketika konsultasi, apakah kakak pernah mengetahui	Dari pengalaman saya konsultasi dulu itu cuma ditanya sebelumnya pakai produk apa gitu terus saya jawab pakai produk A dan

	bahwa MS Glow Solo Store ini menjelek-jelekkan produk selain MS Glow?	respon mereka cuma owh ya ya gitu terus langsung menyarankan harus pakai produk MS Glow yang apa gitu kak, ga ada jelek-jelekannya.
4	Apakah kakak pernah menjumpai bahwa MS Glow Solo Store pernah mengganti/menambah kemasan MS Glow?	Menurut saya ga ada yang beda di kemasannya kak, sama aja kayak ditempat-tempat lain.
5	Apakah kakak pernah menjumpai bahwa MS Glow Solo Store pernah mengurangi/menambah isi dari paket MS Glow?	Kalo beli paket wajah isinya sama 4 produk kayak ditempat lain.

Narasumber : Kak Anggita

Status : Reseller MS Glow Solo Store

Hari, Tanggal : 15 Januari 2023

Waktu : 17.00 WIB

No.	Pertanyaan	Jawaban
1	Apa alasan kakak join reseller di MS Glow Solo Store?	Alasan saya gabung <i>reseller</i> dengan MS Glow Solo Store karena dekat rumah saya aja kak, ga ada alasan lain. Paling sama kayak yang lainnya, disini dikasih reward pencapaian penjualan kayak mini <i>gold</i> atau gelang.
2	Selama menjadi reseller, apakah kakak pernah menemui bahwa MS Glow Solo Store menjual produk	Yang saya tau semua produk MS Glow.

	selain MS Glow?	
3	Apakah kakak pernah mengetahui bahwa MS Glow Solo Store ini menjelek-jelekkkan produk selain MS Glow?	Ga pernah kak, profesional aja.
4	Apakah kakak pernah menjumpai bahwa MS Glow Solo Store pernah mengganti/menambah kemasan dan mengurangi/menambah isi dari paket MS Glow?	Ga pernah kak, setiap beli pasti sama terus. Kadang dikasih tambahan beberapa gift.

## Lampiran 5

### PERJANJIAN ATAU PERATURAN PENJUALAN MS GLOW

#### PROSEDUR PENDAFTARAN MENJADI MITRA BISNIS

Pendaftaran sebagai Distributor, Agen, Member, Reseller secara Manual & Sistem :

- Pendaftaran secara Manual :
  1. Mengisi Form Daftar ulang yang telah disediakan oleh kantor pusat
  2. Mengisi Form perjanjian penjualan kembali (disertai Materai 6000)
  3. Mengisi Form perjanjian tidak jual murah (disertai Materai 6000)
  4. Melampirkan bukti Transfer pembelian dan Foto Copy KTP (maksimal 2 bulan terakhir)
  5. Bukti Transfer yang dilampirkan harus sesuai dengan status yang dimasukkan
  6. Kirim foto Calon Mitra bisnis yang didaftarkan ke admin pusat
- Pendaftaran melalui System :
  1. Distributor / Agen / Member / Reseller : Log in di **MSGLOW.app**

5

2. Masukkan *username & password*
3. Pilih menu *downline* yang ada di toolbar, kemudian pilih Menu : *Add Downline*
4. Download data perjanjian yang ada di kolom (*Download form pendaftaran*)
5. Isi data sesuai yang diminta, dan *upload* bukti transfer, KTP dan foto pribadi
6. Klik Simpan Data.

#### LARANGAN BAGI MITRA BISNIS

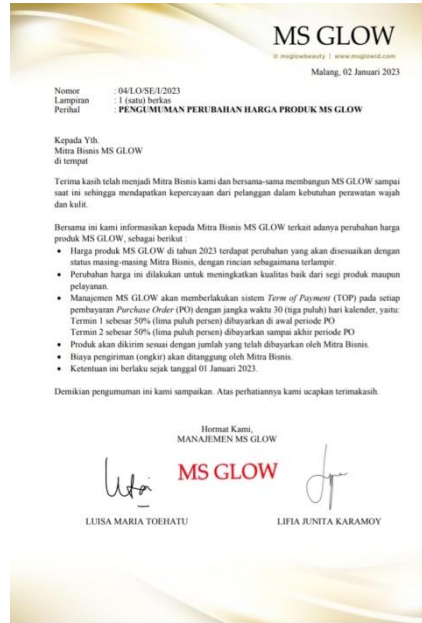
Mitra Bisnis MS GLOW dalam melakukan distribusi dan penjualan, dilarang untuk:

1. Mitra Bisnis dilarang menggunakan Jaringan Usaha MS GLOW yang sudah terbentuk untuk pemasaran barang-barang direct selling dari Produk lain yang sejenis;
2. Mitra Bisnis dilarang melakukan Penjualan dan distribusi dengan cara Cutting Prize (memangkas harga) penjualan sehingga menjual Produk MS GLOW dibawah harga yang telah ditetapkan perusahaan;



## Lampiran 6

### LIST HARGA RESMI PRODUK MS GLOW



Lampiran:

Produk	Minimal Order (MOQ)	Harga (Rp)
Paket Wajah	1	300,000
Paket Wajah	12	250,000
Paket Wajah	120	210,000
Paket Wajah	1500	185,000
Acne BB Cream	1	75,000
Acne BB Cream	12	60,000
Acne BB Cream	120	55,000
Acne BB Cream	1500	50,000
Acne Night Cream	1	85,000
Acne Night Cream	12	65,000
Acne Night Cream	120	60,000
Acne Night Cream	1500	55,000
Acne Toner	1	80,000
Acne Toner	12	70,000
Acne Toner	120	65,000
Acne Toner	1500	60,000
BB Cream	1	75,000
BB Cream	12	60,000
BB Cream	120	55,000
BB Cream	1500	50,000
Day Cream	1	75,000
Day Cream	12	60,000
Day Cream	120	55,000
Day Cream	1500	50,000
Facial Wash	1	60,000
Facial Wash	12	55,000
Facial Wash	120	50,000
Facial Wash	1500	45,000
Glowing Toner	1	80,000
Glowing Toner	12	70,000
Glowing Toner	120	65,000
Glowing Toner	1500	60,000
Golden Glow Facial Wash	1	60,000
Golden Glow Facial Wash	12	55,000
Golden Glow Facial Wash	120	50,000
Golden Glow Facial Wash	1500	45,000
Luminous Night Cream	1	85,000
Luminous Night Cream	12	65,000
Luminous Night Cream	120	60,000
Luminous Night Cream	1500	55,000
Ultimate Night Cream	1	85,000
Ultimate Night Cream	12	65,000

## Lampiran 7

### FOTO DOKUMENTASI

#### a. Lokasi MS Glow Solo Store

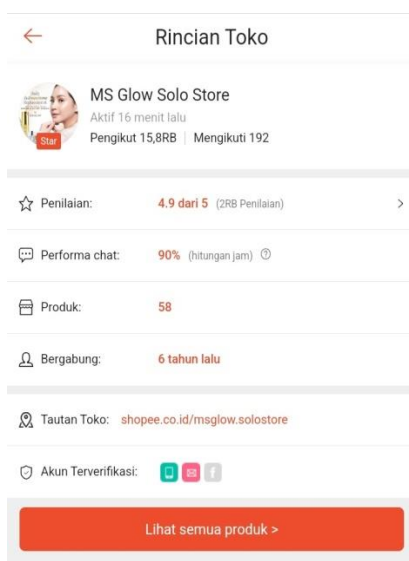


MS Glow Solo Store Tampak Luar

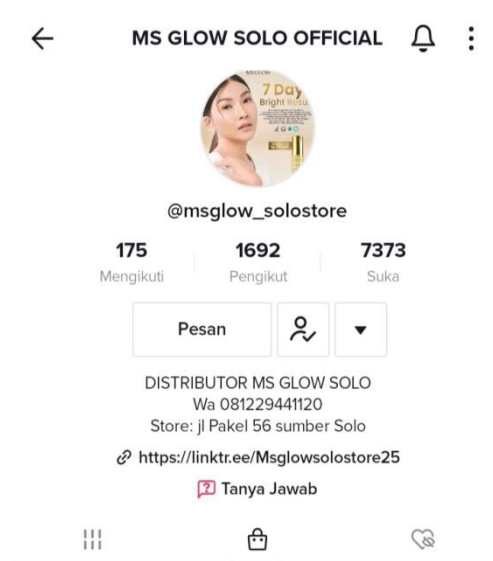


MS Glow Solo Store Tampak Dalam

#### b. Akun Onlineshop MS Glow Solo Store



Akun Shopee MS Glow Solo Store



Akun TikTok MS Glow Solo Store

c. Data MS Glow Solo Store

Ms Glow Solo Store Price List			
Paket Wajah	Rp. 300.000	Face Peel Scrub	Rp. 125.000
- Day cream	Rp. 80.000	Clay Mask	Rp. 125.000
- Night Cream	Rp. 85.000	Underarm	Rp. 100.000
- Toner	Rp. 80.000	Peptide Neck Cream	Rp. 150.000
- Facial Wash	Rp. 65.000	Moist Cushion	Rp. 200.000
Paket Men Basic	Rp. 250.000	Loose Powder	Rp. 100.000
- Cream Men	Rp. 95.000	Sexy Glammate	Rp. 90.000
- Serum Men	Rp. 110.000	Acne Spot	Rp. 100.000
- Facial Wash Men	Rp. 70.000	Dark Spot	Rp. 100.000
Sunscreen Spray	Rp. 100.000	Pore Away	Rp. 100.000
Maskulin	Rp. 100.000	Red Jelly	Rp. 300.000
Paket Hair	Rp. 250.000	Radiance Gold	Rp. 300.000
Hair Serum	Rp. 150.000	Juice Moisturizer	Rp. 150.000
Pomade	Rp. 100.000	Balm Juice	Rp. 120.000
Serum Luminous	Rp. 150.000	JJ Glow	Rp. 125.000
Serum Lifting	Rp. 150.000	Paket Kids	Rp. 265.000
Serum Peeling	Rp. 150.000	- Baby Cream	Rp. 100.000
Serum Gold	Rp. 175.000	- Body Wash	Rp. 85.000
Serum Acne	Rp. 100.000	- Shampo	Rp. 95.000
Eye Serum	Rp. 125.000	Eye Series	Rp. 237.000
DTE	Rp. 175.000	- Eyeliner	Rp. 79.000
MS Slim	Rp. 250.000	- Eye Brow	Rp. 79.000
Slim Capsule	Rp. 225.000	- Eyelash serum	Rp. 79.000
Slim Oil	Rp. 225.000	Nail Polish	Rp. 59.000
Glasskin Drink	Rp. 250.000		

Wa 081229441120  
 Ig @msglow.solo.store @msglowmen.solo.store  
 Shopee @msglow.solo.store

## OPEN JOIN

1. **Reseller**  
wajib beli 12 paket 💰 3jt
2. **Member**  
wajib beli 120 paket 💰 25,2jt
3. **Agen**  
pembelanaan 1M akumulasi  
1 bulan

Keuntungan:

- ID card Resmi seller
- Full support materi penjualan
- Reward tahunan
- Gift Join



**MS GLOW**  
Solo Store

No	Nama	Bulan												
		7/21	8/21	9/21	10/21	11/21	12/21	1/22	2/22	3/22	4/22	5/22	6/22	
1	Aneq Lip Member	30	30	30	20	15	20	15						
2	msa Resel	-												
3	Yessy													
4	Dini Resel	4	5	2	1									
5	Rizka Member	40										12	12	
6	Desis													
7	Nisaa Angin	1000	500	800	200	400	400	300	350	400	350	600		
8	Lin Resel													
9	Anggisa Resel	2	1	2						1	3	4		
10	Aulia													
11	Galena Resel	2								6				
12	Siti		250											
13	Nita Member	50	200	200	100	50	50	50	100	100				
14	Dini Resel													
15	Rizka Member	20	40	40	10	10	10	15	10					
16	Raka Resel							5	2	5	5			
17	Viviy Resel													
18	Rama Member	100	50	3	50					15	15			
19	Gita Member	12	4	16	3			12	6	5	9			
20	Raka Resel	4												
21	Devi Bismu Member	40			25									
22	Karini Resel													
23	Ariani Lip member	25	25	40	250	250								
24	Aysha Resel													
25	Santi Member	30	100	100	50	30	30	20			15			
26	Nanda													
27	Nanda Resel	12		1										
28	Nydia Resel	6												
29	Dina Izza Resel													
30	Maria Member	70	100	70	100	50	70	100	65	50	50	50	50	50
31	Aysha Member	25	20			25	50							
32	Channa Resel													
33	Nanda Resel	5			6									
34	Mahira Resel													
35	Tini Member	12	25											
36	Devina Member	30	45	30	60	40	60	75	60	50	40	40		

No	Nama	Bulan												
		7/21	8/21	9/21	10/21	11/21	12/21	1/22	2/22	3/22	4/22	5/22	6/22	
37	Hani Resel													
38	Selvia Resel													
39	Dini Purwati													
40	Nelita Resel													
41	Mega Lip Member				30	30	30	30			12	12		
42	Ade Resel													
43	Mey		5											
44	Ruslana Member		100							50				
45	Ann Resel													



d. Dokumentasi Wawancara



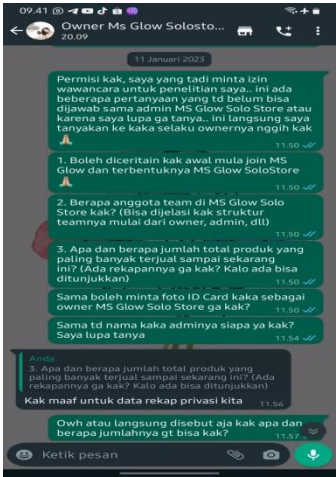
Kak Ardila, Admin



Kak Mahsa, Konsumen



Kak Isma, Konsumen



Wawancara Online Kak Maria, Owner

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

1. Nama : Hanifah Syarifatul Istiqomah
2. NIM : 192111161
3. Tempat, Tanggal Lahir : Boyolali, 18 Agustus 2001
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Alamat : Baratan RT 02 RW 03, Jeron, Nogosari, Boyolali
6. Nama Ayah : Margono
7. Nama Ibu : Ari Sulisty Handayani
8. Riwayat Pendidikan
  - a. BA Aisyah Jeron Lulus Tahun 2007
  - b. MIM Jeron Lulus Tahun 2013
  - c. SMP MTA Gemolong Lulus Tahun 2016
  - d. MAN 1 Surakarta Lulus Tahun 2019
  - e. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta Masuk Tahun 2019

Demikian riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya.

Surakarta, 12 Maret 2023

Hanifah Syarifatul Istiqomah