

Analisis Kesesuaian Praktik Jual Beli Parfum: Studi Kasus Toko Parfum Alya

Muhammad Rizqi Nursyambadri¹, Ahmad Muti²

^{1,2} Program Studi Ekonomi Syariah, STIS ALWAFA. Jl. Bengkel Roda, Kampung Cipicung, Desa Mekarsari, Kecamatan Cileungsi, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16820.

Email Coresponden: syambadri4@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kesesuaian praktik jual beli parfum pada Toko Parfum Alya berdasarkan perspektif fikih muamalah. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus. Data penelitian diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan utama dalam penelitian ini adalah pemilik Toko Parfum Alya, yaitu Bapak Paul Fernandes. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik jual beli parfum dilakukan dengan sistem *made by order*, yaitu parfum dibuat setelah konsumen menentukan spesifikasi produk yang diinginkan. Konsumen dapat memilih aroma, ukuran botol, dan tingkat konsentrasi parfum. Pihak toko kemudian menyediakan bahan dan melakukan proses pencampuran sesuai pesanan konsumen. Harga dan spesifikasi produk disampaikan sebelum proses pembuatan, sedangkan pembayaran dilakukan setelah parfum selesai dibuat melalui pembayaran tunai, transfer, atau QRIS. Berdasarkan karakteristik tersebut, praktik transaksi memiliki kesesuaian dengan akad *istishna'*, karena terdapat pemesanan pembuatan barang berdasarkan spesifikasi yang disepakati. Dari aspek objek, harga, kerelaan, gharar, *ta'dlis*, riba, dan etika pelayanan, penelitian tidak menemukan indikasi pelanggaran yang jelas berdasarkan data yang diperoleh. Namun, aspek kehalalan bahan baku masih memerlukan penguatan karena belum diperoleh informasi rinci mengenai sertifikasi atau keterangan resmi mengenai status kehalalan seluruh bahan yang digunakan. Dengan demikian, praktik jual beli parfum secara umum telah menunjukkan beberapa prinsip kesesuaian syariah, tetapi aspek keterlacakan dan dokumentasi kehalalan bahan masih perlu diperbaiki.

Kata Kunci: Jual beli, *Istishna'*, fikih muamalah, kesesuaian syariah, UMKM.

Abstract

This study analyzes the compliance of perfume trading practices at Toko Parfum Alya with the principles of *fiqh muamalah*. A descriptive qualitative approach with a case study design was used, with data obtained through interviews, observation, and documentation. The main informant was the owner of the store, Mr. Paul Fernandes. Findings show that perfume trading is carried out through a *made-by-order* system, in which perfumes are produced after customers determine the desired specifications. Customers may choose the scent, bottle size, and concentration level, after which the store supplies the materials and blends them according to the order. Price and specifications are communicated before production, while payment is made after the perfume is completed, through cash, bank transfer, or QRIS. Based on these characteristics, the transaction corresponds to the *istishna'* contract, since it involves ordering the production of goods based on agreed specifications. In terms of object, price, mutual consent, *gharar*, *ta'dlis*, riba, and service ethics, the study found no clear indication of violation. However, the *halal* status of raw materials still requires strengthening, as detailed information on certification has not been obtained. Overall, the practice generally reflects sharia compliance principles, although traceability and documentation of material *halal* status still need improvement.

Keywords: Buying and Selling, *Istishna'*, *fiqh muamalah*, sharia compliance, MSMEs.

PENDAHULUAN

Perdagangan merupakan salah satu bentuk kegiatan muamalah yang banyak dilakukan dalam kehidupan masyarakat. Islam memberikan ruang yang luas bagi manusia untuk melakukan kegiatan ekonomi selama

transaksi tersebut tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah. Dalam kegiatan jual beli, kejelasan objek, harga, kesepakatan para pihak, serta keterhindaran dari unsur yang dilarang menjadi hal penting yang harus diperhatikan. Muslich (2022) menjelaskan

bahwa transaksi jual beli dalam fikih muamalah memiliki ketentuan yang berkaitan dengan pihak yang berakad, objek transaksi, nilai tukar, serta kesepakatan para pihak.

Perkembangan usaha parfum saat ini tidak hanya dilakukan melalui penjualan parfum yang telah jadi, tetapi juga melalui sistem pembuatan berdasarkan permintaan konsumen. Sistem tersebut memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menentukan jenis aroma, ukuran, maupun tingkat konsentrasi parfum yang diinginkan. Model transaksi seperti ini memiliki karakteristik yang berbeda dengan jual beli barang jadi sehingga perlu dianalisis dari perspektif akad dalam fikih muamalah. Salah satu akad yang relevan dengan transaksi pembuatan barang berdasarkan pesanan adalah akad *istishna'*. Akad *istishna'* merupakan akad pemesanan pembuatan suatu barang dengan spesifikasi tertentu yang disepakati antara pihak yang memesan dan pihak yang membuat barang. Dalam praktiknya, pembayaran dapat dilakukan berdasarkan kesepakatan para pihak. Oleh karena itu, akad *istishna'* dapat menjadi salah satu dasar analisis terhadap praktik pembuatan parfum berdasarkan permintaan konsumen.

Toko Parfum Alya merupakan salah satu usaha parfum yang menerapkan sistem pembuatan parfum berdasarkan pesanan konsumen. Berdasarkan hasil penelitian, konsumen tidak hanya membeli produk parfum yang telah tersedia, tetapi dapat menentukan aroma, ukuran botol, serta tingkat konsentrasi yang diinginkan. Pihak toko kemudian menyediakan bahan dan mencampurkannya sesuai dengan pesanan tersebut. Dalam proses transaksi, konsumen memperoleh informasi mengenai aroma, ukuran, harga, serta komposisi atau tingkat konsentrasi sebelum

parfum dibuat. Setelah konsumen menyetujui pesanan, pihak toko melakukan proses pencampuran dan pengemasan. Pembayaran dilakukan setelah parfum selesai dibuat melalui tunai, transfer, atau QRIS.

Selain persoalan akad, aspek kehalalan bahan juga menjadi perhatian dalam transaksi parfum. Beberapa bahan yang digunakan dalam proses pembuatan parfum antara lain ethanol, denatured alcohol, dan isopropyl alcohol. Keberadaan alkohol dalam parfum tidak secara otomatis dapat dijadikan dasar untuk menyatakan bahwa suatu produk haram. Penilaian perlu mempertimbangkan jenis bahan, sumber, proses, serta penggunaannya. Penelitian Rakhmatullah et al. (2022) menunjukkan bahwa kandungan alkohol pada parfum dapat dianalisis secara ilmiah berdasarkan jenis dan komposisinya. Sementara itu, beberapa penelitian mengenai jual beli parfum beralkohol juga menunjukkan adanya perbedaan pembahasan mengenai status hukum parfum berdasarkan karakteristik bahan yang digunakan (Wahidah, 2022; Sunarsa & Rimosan, 2023; Widda et al., 2024).

Penelitian mengenai parfum sebelumnya lebih banyak membahas hukum jual beli parfum beralkohol, parfum isi ulang, serta etika pemasaran produk parfum. Widda et al. (2024) mengkaji jual beli parfum beralkohol berdasarkan hukum ekonomi syariah. Sunarsa dan Rimosan (2023) membahas pandangan hukum Islam terhadap jual beli parfum beralkohol, sedangkan Wahidah (2022) melakukan kajian terhadap hukum Islam dalam jual beli parfum beralkohol. Shafa (2025) mengkaji jual beli isi ulang parfum. Adapun Nabila et al. (2026) membahas etika bisnis syariah dalam praktik pemasaran produk parfum. Berbeda dengan penelitian tersebut, penelitian ini tidak hanya berfokus pada

kandungan alkohol dalam parfum, tetapi menganalisis praktik transaksi secara lebih menyeluruh, meliputi jenis akad, objek transaksi, proses pembayaran, kejelasan informasi, unsur gharar, tadlis, riba, kehalalan bahan, serta etika pelayanan kepada konsumen. Karakteristik sistem made by order pada Toko Parfum Alya menjadi aspek penting yang memberikan kekhasan dalam penelitian ini.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kesesuaian praktik jual beli parfum pada Toko Parfum Alya berdasarkan perspektif fikih muamalah, khususnya dari aspek akad istishna', objek barang, pembayaran, serta etika dalam hubungan antara penjual dan konsumen.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan kualitatif digunakan untuk memperoleh pemahaman secara mendalam mengenai praktik jual beli parfum yang dilakukan oleh Toko Parfum Alya. Penelitian ini menggunakan desain studi kasus untuk mengkaji praktik transaksi secara langsung pada objek penelitian. Lokasi penelitian berada di Toko Parfum Alya yang berlokasi di Cilangkap, Kecamatan Cipayung, Jakarta Timur. Penelitian dilaksanakan pada November 2025 sampai Juni 2026. Informan utama dalam penelitian ini adalah Bapak Paul Fernandes selaku pemilik toko. Informan dipilih karena memiliki pengetahuan dan keterlibatan langsung dalam kegiatan usaha serta proses transaksi dengan konsumen.

Data primer diperoleh melalui wawancara dengan pemilik toko, observasi terhadap praktik transaksi, dan dokumentasi yang berkaitan dengan penelitian. Data yang dikumpulkan meliputi proses pemesanan parfum, pemilihan aroma, ukuran dan

konsentrasi, penyediaan bahan, proses pencampuran, penentuan harga, pembayaran, serta pelayanan kepada konsumen. Data sekunder diperoleh dari buku fikih muamalah, jurnal ilmiah, penelitian terdahulu, dan sumber lain yang berkaitan dengan akad istishna', jual beli, etika bisnis Islam, gharar, tadlis, riba, serta persoalan kehalalan parfum.

Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan sebagaimana dikemukakan Miles dan Huberman (1994). Keabsahan data diperkuat melalui triangulasi sumber dan teknik, yaitu membandingkan hasil wawancara dengan hasil observasi dan dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Praktik Jual Beli Parfum pada Toko Parfum Alya

Berdasarkan hasil penelitian, Toko Parfum Alya menerapkan sistem pembuatan parfum berdasarkan pesanan konsumen atau made by order. Produk parfum tidak seluruhnya disiapkan dalam bentuk produk jadi yang telah tersedia sebagai stok. Konsumen terlebih dahulu menentukan jenis parfum yang diinginkan, kemudian pihak toko melakukan proses pembuatan sesuai dengan permintaan tersebut. Konsumen dapat memilih aroma parfum yang tersedia. Beberapa aroma yang ditawarkan antara lain Baccarat, Scandal, Dunhill, Creed, Le Labo, dan Byredo. Selain aroma, konsumen juga dapat memilih ukuran botol dan tingkat konsentrasi parfum.

Ukuran parfum yang tersedia antara lain 35 ml, 50 ml, 75 ml, 100 ml, dan 200 ml. Botol diberikan secara gratis kepada konsumen. Setelah konsumen menentukan spesifikasi, pihak toko menyediakan bahan parfum dan melakukan proses pencampuran sesuai pesanan. Sebelum proses pembuatan dilakukan, pihak toko memberikan informasi kepada

konsumen mengenai aroma, ukuran, harga, serta komposisi atau tingkat konsentrasi. Pihak toko juga memberikan contoh komposisi kepada konsumen sehingga konsumen dapat memahami produk yang akan dibuat.

Setelah konsumen menyetujui pesanan, pihak toko mulai melakukan proses pencampuran dan pengemasan. Pembayaran dilakukan setelah parfum selesai dibuat. Metode pembayaran yang digunakan adalah pembayaran tunai, transfer, dan QRIS. Berdasarkan hasil wawancara, toko tidak menerapkan sistem pembayaran utang maupun *paylater*. Praktik tersebut menunjukkan bahwa transaksi tidak sekadar berupa jual beli parfum yang telah jadi, tetapi terdapat proses pembuatan produk berdasarkan spesifikasi konsumen. Kondisi tersebut menjadi dasar penting dalam menganalisis jenis akad yang digunakan dalam praktik transaksi.

Analisis Akad Istishna'

Dalam fikih muamalah, akad merupakan kesepakatan antara para pihak yang menimbulkan akibat hukum terhadap objek yang diperjanjikan. Salah satu akad yang berkaitan dengan pemesanan pembuatan barang adalah akad *istishna'*. Muslich (2022) membahas *istishna'* sebagai salah satu bentuk akad dalam fikih muamalah yang berkaitan dengan pemesanan pembuatan barang. Praktik pada Toko Parfum Alya memiliki beberapa karakteristik yang relevan dengan akad *istishna'*. Pertama, produk dibuat berdasarkan pesanan konsumen. Kedua, konsumen menentukan spesifikasi produk berupa aroma, ukuran, dan tingkat konsentrasi. Ketiga, pihak toko melakukan proses pembuatan setelah spesifikasi disepakati. Keempat, bahan yang diperlukan untuk pembuatan parfum disediakan oleh pihak toko. Dengan karakteristik tersebut, transaksi pada Toko Parfum Alya dapat

dianalisis menggunakan akad *istishna'*. Penentuan spesifikasi sebelum proses pembuatan menjadi unsur penting karena dapat memberikan kejelasan terhadap barang yang akan dibuat.

Perbedaan antara praktik tersebut dengan jual beli barang jadi terlihat pada proses pembuatannya. Dalam jual beli barang jadi, objek telah tersedia sebelum transaksi dilakukan. Sementara itu, pada praktik Toko Parfum Alya, produk dibuat setelah konsumen menentukan spesifikasi. Oleh karena itu, akad *istishna'* menjadi pendekatan yang relevan untuk menganalisis transaksi tersebut. Pembayaran yang dilakukan setelah parfum selesai dibuat juga tidak menunjukkan pola pembayaran utang atau tambahan karena penundaan pembayaran. Pembayaran merupakan bagian dari kesepakatan transaksi dan dilakukan melalui tunai, transfer, atau QRIS. Berdasarkan analisis tersebut, praktik transaksi parfum pada Toko Parfum Alya memiliki kesesuaian karakteristik dengan akad *istishna'*, terutama karena terdapat pemesanan pembuatan barang berdasarkan spesifikasi yang disepakati oleh konsumen dan pihak toko.

Analisis Objek Barang

Objek dalam jual beli harus memiliki kejelasan sehingga para pihak mengetahui barang yang menjadi objek transaksi. Kejelasan objek menjadi salah satu aspek penting untuk menghindari ketidakpastian atau *gharar* dalam transaksi. Pada Toko Parfum Alya, konsumen diberikan kesempatan untuk menentukan aroma, ukuran, dan tingkat konsentrasi sebelum parfum dibuat. Dengan demikian, konsumen tidak menerima produk secara sepihak tanpa mengetahui spesifikasi yang akan dibuat. Aroma parfum yang dipilih konsumen juga disampaikan sebelum proses pencampuran. Ukuran parfum dapat dipilih mulai dari 35 ml

hingga 200 ml. Selain itu, tingkat konsentrasi dapat disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Kondisi tersebut menunjukkan adanya usaha untuk memberikan kejelasan mengenai objek transaksi. Berdasarkan hasil penelitian, tidak ditemukan indikasi gharar yang jelas berkaitan dengan spesifikasi utama barang dan harga. Nasution et al. (2021) menjelaskan bahwa gharar berkaitan dengan ketidakjelasan atau ketidakpastian dalam transaksi yang dapat menimbulkan kerugian bagi salah satu pihak. Oleh karena itu, pemberian informasi mengenai objek dan harga sebelum transaksi menjadi salah satu bentuk pencegahan terhadap gharar.

Analisis Harga dan Proses Pembayaran

Harga merupakan salah satu bagian penting dalam transaksi jual beli. Konsumen harus mengetahui nilai yang harus dibayarkan sehingga tidak terjadi ketidakjelasan dalam transaksi. Pada Toko Parfum Alya, harga disampaikan kepada konsumen sebelum parfum dibuat. Harga berkaitan dengan pilihan produk, ukuran, dan spesifikasi yang telah ditentukan. Dengan adanya informasi harga sebelum proses pembuatan, konsumen dapat mempertimbangkan dan menyetujui transaksi terlebih dahulu. Pembayaran dilakukan setelah parfum selesai dibuat. Konsumen dapat melakukan pembayaran secara tunai, transfer, atau QRIS. Berdasarkan hasil penelitian, tidak terdapat sistem pembayaran dengan utang maupun paylater.

Dari aspek riba, penelitian tidak menemukan adanya tambahan pembayaran yang muncul karena utang atau penundaan pembayaran. Ashafa (2021) menjelaskan bahwa riba merupakan salah satu unsur yang dilarang dalam sistem ekonomi Islam. Karena transaksi yang diteliti dilakukan tanpa mekanisme utang berbunga atau tambahan

akibat penundaan utang, maka berdasarkan data penelitian tidak ditemukan indikasi riba dalam praktik pembayaran tersebut. Namun demikian, penelitian ini belum memperoleh data secara khusus mengenai bank yang digunakan untuk transfer maupun penyelenggara layanan QRIS. Oleh karena itu, analisis terhadap mekanisme perbankan atau penyelenggara pembayaran tidak dilakukan lebih jauh.

Analisis Gharar dan Tadlis

Gharar merupakan salah satu unsur yang perlu dihindari dalam transaksi muamalah karena dapat menimbulkan ketidakjelasan dan potensi kerugian bagi para pihak. Dalam praktik Toko Parfum Alya, konsumen memperoleh informasi mengenai produk sebelum proses pembuatan dilakukan. Konsumen mengetahui aroma yang dipilih, ukuran parfum, tingkat konsentrasi, dan harga sebelum menyetujui pesanan. Dengan adanya informasi tersebut, ketidakjelasan terhadap objek transaksi dapat diminimalkan. Selain gharar, aspek tadlis juga perlu diperhatikan. Tadlis berkaitan dengan tindakan menyembunyikan atau memberikan informasi yang tidak benar sehingga pihak lain melakukan transaksi berdasarkan informasi yang tidak lengkap.

Berdasarkan hasil penelitian, tidak ditemukan bukti bahwa pihak toko secara sengaja menyembunyikan informasi mengenai aroma, ukuran, harga, atau komposisi dari konsumen. Pihak toko justru memberikan penjelasan dan contoh komposisi sebelum konsumen menentukan pesanan. Hal tersebut menunjukkan adanya upaya menerapkan prinsip transparansi dan kejujuran dalam transaksi. Mursidah (2025) menekankan bahwa kejujuran dan transparansi merupakan bagian penting dari etika bisnis Islam dalam hubungan antara produsen dan konsumen.

Analisis Kehalalan Bahan Parfum

Selain akad dan mekanisme pembayaran, aspek kehalalan produk merupakan bagian penting dalam menilai kesesuaian transaksi dengan prinsip syariah. Berdasarkan hasil penelitian, bahan yang digunakan dalam pembuatan parfum antara lain ethanol, denatured alcohol, dan isopropyl alcohol. Pada produk tertentu juga terdapat bahan dengan kualitas food grade dan scentless. Keberadaan alkohol dalam parfum tidak dapat langsung dijadikan dasar untuk menyatakan bahwa produk tersebut haram. Hal ini karena penilaian terhadap bahan perlu mempertimbangkan jenis, sumber, fungsi, dan proses penggunaannya. Penelitian Rakhmatullah et al. (2022) menunjukkan bahwa kandungan alkohol pada parfum dapat memiliki karakteristik yang berbeda berdasarkan bahan yang digunakan.

Beberapa penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa pembahasan mengenai parfum beralkohol dalam hukum Islam perlu memperhatikan jenis alkohol dan penggunaannya. Wahidah (2022), Sunarsa dan Rimosan (2023), serta Widda et al. (2024) masing-masing membahas persoalan hukum jual beli parfum beralkohol dalam perspektif hukum Islam dan hukum ekonomi syariah. Dalam penelitian ini, belum diperoleh informasi rinci mengenai sertifikasi halal maupun keterangan resmi mengenai status kehalalan seluruh bahan baku yang digunakan. Kondisi tersebut tidak berarti bahwa bahan yang digunakan dinyatakan haram.

Dari perspektif kesesuaian syariah, penyediaan informasi yang lebih lengkap mengenai asal bahan, komposisi, dan status kehalalan akan memberikan kepastian yang lebih baik kepada konsumen. Hal tersebut juga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Analisis Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam menempatkan kejujuran, amanah, keadilan, keterbukaan, dan tanggung jawab sebagai prinsip penting dalam kegiatan perdagangan. Hubungan antara penjual dan konsumen tidak hanya didasarkan pada keuntungan ekonomi, tetapi juga pada nilai moral dan tanggung jawab. Pada Toko Parfum Alya, pihak toko memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menentukan aroma, ukuran, dan tingkat konsentrasi. Konsumen juga mendapatkan penjelasan mengenai produk sebelum proses pembuatan. Pemberian informasi tersebut menunjukkan adanya keterbukaan dalam proses transaksi. Konsumen tidak hanya menerima produk yang telah ditentukan oleh pihak toko, tetapi dapat menentukan karakteristik produk yang diinginkan.

Pihak toko juga menekankan pentingnya kejujuran dan kepercayaan dalam melayani konsumen. Hal ini menunjukkan adanya upaya menerapkan prinsip etika bisnis Islam dalam praktik usaha. Namun, aspek etika tersebut dapat diperkuat melalui penyampaian informasi yang lebih lengkap mengenai bahan baku dan status kehalalan produk. Transparansi tidak hanya berkaitan dengan harga dan spesifikasi produk, tetapi juga informasi mengenai bahan yang digunakan. Dengan demikian, praktik pelayanan Toko Parfum Alya secara umum menunjukkan kesesuaian dengan prinsip kejujuran, keterbukaan, dan kepercayaan, meskipun masih terdapat ruang perbaikan dalam aspek informasi kehalalan bahan.

Kesesuaian Praktik Jual Beli dengan Prinsip Syariah

Berdasarkan hasil analisis secara keseluruhan, praktik jual beli parfum pada Toko Parfum Alya menunjukkan beberapa aspek yang sesuai dengan prinsip syariah.

Pertama, transaksi dilakukan berdasarkan pesanan dan spesifikasi konsumen sehingga memiliki karakteristik akad istishna'. Kedua, spesifikasi utama seperti aroma, ukuran, dan konsentrasi disampaikan sebelum proses pembuatan. Ketiga, harga diketahui dan disepakati sebelum produk dibuat. Keempat, konsumen diberikan kebebasan untuk memilih produk sesuai kebutuhan. Kelima, pembayaran dilakukan setelah parfum selesai dibuat melalui tunai, transfer, atau QRIS tanpa sistem utang atau paylater.

Keenam, berdasarkan data yang diperoleh, tidak ditemukan indikasi gharar yang jelas dalam spesifikasi dan harga. Ketujuh, tidak ditemukan bukti tadlis berupa menyembunyian informasi mengenai produk dalam proses transaksi yang diteliti. Kedelapan, tidak ditemukan indikasi riba dalam mekanisme pembayaran yang digunakan. Meskipun demikian, terdapat satu aspek yang perlu mendapatkan perhatian lebih lanjut, yaitu informasi mengenai kehalalan bahan baku. Penelitian belum memperoleh bukti dokumentasi atau sertifikasi yang dapat memberikan kepastian mengenai status kehalalan seluruh bahan. Oleh karena itu, praktik jual beli parfum pada Toko Parfum Alya dapat dinilai secara umum telah menunjukkan kesesuaian dengan beberapa prinsip muamalah, terutama dari aspek akad, kejelasan transaksi, pembayaran, dan etika pelayanan. Namun, kesesuaian tersebut perlu diperkuat dengan peningkatan keterlacakan dan informasi mengenai bahan baku.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, praktik jual beli parfum pada Toko Parfum Alya dilakukan dengan sistem made by order. Konsumen menentukan aroma, ukuran, dan tingkat konsentrasi parfum,

kemudian pihak toko menyediakan bahan dan melakukan proses pencampuran sesuai dengan pesanan. Harga disampaikan sebelum proses pembuatan, sedangkan pembayaran dilakukan setelah parfum selesai melalui tunai, transfer, atau QRIS. Karakteristik transaksi tersebut relevan dianalisis menggunakan akad istishna' karena terdapat pemesanan pembuatan barang berdasarkan spesifikasi yang disepakati antara konsumen dan pihak toko. Dari aspek objek, konsumen memperoleh informasi mengenai aroma, ukuran, dan konsentrasi sehingga terdapat kejelasan terhadap barang yang akan dibuat. Dari aspek pembayaran, penelitian tidak menemukan sistem utang, paylater, maupun tambahan pembayaran yang berkaitan dengan penundaan utang. Berdasarkan data yang diperoleh, tidak ditemukan indikasi gharar, tadlis, dan riba dalam mekanisme transaksi yang diteliti. Dari aspek etika bisnis Islam, terdapat penerapan prinsip kejujuran, transparansi, pemberian informasi, kebebasan memilih, dan kepercayaan dalam pelayanan kepada konsumen. Namun, aspek kehalalan bahan baku masih perlu diperkuat karena belum diperoleh informasi rinci mengenai sertifikasi atau keterangan resmi mengenai status kehalalan seluruh bahan yang digunakan.

Dengan demikian, praktik jual beli parfum pada Toko Parfum Alya secara umum menunjukkan kesesuaian dengan prinsip fikih muamalah, khususnya dari aspek akad istishna', kejelasan objek, harga, pembayaran, dan etika pelayanan. Adapun aspek yang perlu mendapatkan perhatian lebih lanjut adalah keterlacakan bahan baku dan dokumentasi kehalalan produk agar memberikan kepastian yang lebih kuat kepada konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad, M., & Wilkins, S. (2025). Purposive sampling in qualitative research: A

- framework for the entire journey. *Quality & Quantity*, 59(2), 1461–1479.
- Ashafa, S. A. (2021). Riba (Interest) between reason and revelation in Islam. *Journal of Islamic Economics and Business Research*, 1(2), 180–192. <https://doi.org/10.18196/jiebr.v1i2.18>
- Chand, S. P. (2025). Methods of data collection in qualitative research: Interviews, focus groups, observations, and document analysis. *Advances in Educational Research and Evaluation*, 6(1), 303–317.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. Sage Publications.
- Mursidah, M. (2025). Etika bisnis Islam dalam hubungan produsen dan konsumen: Kajian terhadap prinsip kejujuran dan transparansi. *The Journal of Islamic Economics and Business*, 1(1), 69–84. <https://doi.org/10.58472/joebis.v1i1.229>
- Muslich, A. W. (2022). *Fiqh muamalat*. Amzah.
- Nabila, N., Khalisa, Z., Fitria, Y., Nasution, A. R., & Razali, Z. (2026). Etika bisnis syariah dalam praktik pemasaran produk parfum. *Hayyin: Journal of Halal Studies and Research*, 2(1), 54–62.
- Nasution, Y. S. J., Ardiansyah, & Firmansyah, H. (2021). Hadis-hadis tentang jual beli gharar dan bentuknya pada masa kontemporer. *AL QUDES*, 5(1), 141–158. <https://doi.org/10.29240/alquds.v5i1.2194>
- Rakhmatullah, A. N., Andina, L., Syahfari, I., & Pambudi, D. R. (2022). Analisis kandungan alkohol pada parfum yang dibuat dari bahan sintetik dan bahan alam menggunakan metode kromatografi gas. *Jurnal Surya Medika*, 7(2), 185–189. <https://doi.org/10.33084/jsm.v7i2.3214>
- Respati, T., Jamilah, L., Alamsyah, I. F., & Abdulhadi, A. (2024). Perception of halal cosmetics consumers towards halal awareness in online social network: Study in Malaysia and Indonesia. *Indonesian Journal of Halal Research*, 6(1), 46–57. <https://doi.org/10.15575/ijhar.v6i1.33326>
- Shafa, A. P. (2025). Kajian hukum ekonomi syariah terhadap jual beli isi ulang parfum. UIN Raden Intan Lampung.
- Sunarsa, S., & Rimosan, M. T. J. (2023). Pandangan hukum Islam tentang jual beli parfum beralkohol. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 2(1), 152–159. <https://doi.org/10.37968/jhesy.v2i1.512>
- Wahidah, Z. (2022). Tinjauan hukum Islam terhadap jual beli parfum beralkohol. *ARJIS*, 1(1), 45–54. <https://doi.org/10.58824/arjis.v1i1.93>
- Widda, W., Wawan, G., & Ginan, W. (2024). Tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap jual beli parfum beralkohol. *Journal Presumption of Law*, 6(1), 108–124. <https://doi.org/10.31949/jpl.v6i1.8595>