

**TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PERLINDUNGAN  
KONSUMEN PADA JUAL BELI PRODUK KOSMETIK**

**(Studi Kasus di Toko Icon Cosmetics)**

**Skripsi**

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata S.1 Dalam Ilmu  
Hukum Ekonomi Syari'ah**



**Oleh**

**Khusnus saadah**

**132311061**

**PROGRAM STUDI MUAMALAH**

**FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
SEMARANG**

**TAHUN 2020**

## MOTTO

"التاجر الصدوق الأمين مع النبيين والصديقين والشهداء"

**“pedagang yang senantiasa jujur lagi amanah akan  
bersama para nabi, orang-orang yang selalu jujur dan  
orang-orang yang mati syahid”**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM  
Jl. Prof. Dr. Hamka (Kampus III) Ngaliyan Semarang  
Telp.(024)7601291 Fax.7624691 Semarang 50185

---

**PERSetujuan PEMBIMBING**

Lamp : 4 (empat) eksemplar  
Hal : Naskah Skripsi  
A.n. Khusus Saadah

Kepada,  
Yth. Dekan Fakultas Syari'ah Dan Hukum  
UIN Walisongo Semarang

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini kami kirim naskah skripsi saudara :

Nama : KhususSaadah  
Nim : 132311061  
Judul : TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PERLINDUNGAN  
KONSUMEN PADA JUAL BELI PRODUK KOSMETIK ( STUDI  
KASUS DI TOKO ICON COSMETICS )

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasahkan.

Demikian harap menjadi maklum adanya dan kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Semarang, 22 Juni 2020

Supangat, M.Ag.  
19710402 200501 1004



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM  
Jalan Prof. Dr. H. Hamka Semarang 50185  
Telepon (024)7601291, Faksimili (024)7624691, Website : <http://fsh.walisongo.ac.id/>

**BERITA ACARA  
(PENGESAHAN DAN YUDISIUM SKRIPSI)**

Pada hari ini, **Kamis** tanggal **Sembilan Juli** tahun **Dua Ribu Dua Puluh** telah dilaksanakan sidang munaqasah skripsi mahasiswa:

Nama : **Khusnus Sa'adah**

NIM 132311061

Jurusan/Prodi : Hukum Ekonomi Syari'ah (HES)

Judul Skripsi : Tinjauan Hukum Islam terhadap Perlindungan Konsumen pada Jual Beli Produk Kosmetik (Studi Kasus di Toko *Icon Cosmetics*).

Pembimbing I : Supangat, M.Ag.

Pembimbing II : -

Dengan susunan Dewan Penguji sebagai berikut :

Ketua/Penguji 1 : Dr. H. Ali Imron, S.H., M.Ag.

Sekretaris/Penguji 2 : Supangat, M.Ag.

Anggota/Penguji 3 : Drs. H. Eman Sulaeman. M.H.

Anggota/Penguji 4 : Ahmad Syifauly Anam, S.H.I., M.H.

Yang bersangkutan dinyatakan LULUS dengan nilai: **3,65 (tiga koma enam puluh lima) / B+**

Berita acara ini digunakan sebagai pengganti sementara dokumen PENGESAHAN SKRIPSI dan YUSIDIUM SKRIPSI serta dapat diterima sebagai kelengkapan persyaratan pendaftaran wisuda.



Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syari'ah

SUPANGAT

## **PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah, dengan curahan puji syukur yang tidak terhingga kepada Allah SWT. Dan Shalawat serta Salam tetap tucurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Karya kecil ini aku persembahkan kepada:

1. Terimakasih yang tak terhingga untuk kedua orang tuaku, Bapak Ahmad Said dan Ibu Munasah yang telah berjuang dengan penuh keikhlasan, yang tidak henti-hentinya memberikan semangat serta telah menorehkan segala kasih sayangnnya dengan penuh ketulusan yang tak kenal lelah dan tanpa batas waktu hingga terselesainya skripsi ini.
2. Saudara kandungku, kakakku tercinta Sofi Mulidah, Ghulam Najmuddin, Setianing Khoirumiati dan adikku tersayang Muhammad Ariful Hakim dan terima kasih atas segala perhatian dan dukungan kepada penulis.
3. Keapada Si Om Sugiarto, Bulek Anichah dan kaka-kak ipar abang helmy dan mas mugi sudah berpatisipasi mendoakan kelancaran studi sarjana ini.
4. Pembimbing penulisan skripsi ini Bapak Supangat, M.Ag.

5. Keluarga besarku sedarah daging dan yang tak henti-hentinya menghibur untuk menyemangati kepada penulis.
6. Dan grup whatsapp keluarga dunia akhirat yang tidak henti-hentinya menemani dan memberikan semangat kepadaku, tak lupa juga kepada teman-teman Muamalah Angkatan 2013 yang memberikan semangat di setiap penulis merangkai kata-kata untuk menyelesaikan skripsi, semoga Allah membalas semua dengan yang lebih baik, kebahagiaan dunia maupun akhirat, Aamiin.
7. Dan terimakasih kepada mas Agung susanto yang memotivasi dan mendoakan semoga kelancaran tugas akhir ini, semoga Allah membalas semuanya, amin.

## TRANSLATE ARAB-LATIN

Penulisan transliterasi huruf-huruf Arab Latin dalam skripsi ini berpedoman pada SK Kementrian Agama dan Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor : 158/1987 dan nomor : 0543b/U/1987. Penyimpangan penulisan kata sandang [al-] disengajasecara konsisten supaya sesuai teks Arabnya :

ا	A	ط	T
ب	B	ظ	Z
ت	T	ع	‘
ث	S	غ	G
ج	J	ف	F
ح	H	ق	Q
خ	Kh	ك	K
د	D	ل	L
ذ	Z	م	M
ر	R	ن	N
ز	Z	و	W
س	S	ه	H
ش	Sy	ء	‘

ص	Sh	ي	Y
ض	D		

Bacaan Madd :

ā = a panjang

ī = i panjang

ū = u panjang

Bacaan Diftong:

au = او

ai = اي

iy = اي

## DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah atau pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satupun pemikiran-pemikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 22 Juni 2020

Deklarator,



Khusnus Saadah

## **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui kedudukan sertifikasi halal dalam sistem hukum nasional dan sistem tertulis fatwa MUI sebagai upaya perlindungan konsumen dalam hukum Islam, dengan menggunakan metode pendekatan Yuridis normatif. Sertifikasi halal adalah pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh BPJPH berdasarkan fatwa tertulis yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia. Pengesahan UUJPH menimbulkan prokontra dari berbagai pihak. Kedudukan sertifikasi halal dalam sistem hukum Nasional di Indonesia mempunyai kedudukan yang sentral karena sudah menjadi regulasi dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia khususnya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Selain itu, Fatwa halal yang dihasilkan oleh MUI ditaati dan dipatuhi oleh pemerintah dan umat Islam. Pemerintah memaatuhinya seperti tercermin dalam peraturan perundang-undangan yang ada.

Undang-undang di Indonesia sudah mengeluarkan tentang adanya Produk-produk yang boleh dikonsumsi baik dari segi Mutu, Kualitas, dan baik digunakan oleh konsumen. Terdapat berbagai masalah dengan berbagai jenis produk yang memasuki pasar Global Indonesia, seperti contoh Produk Kosmetik yang semakin dicari oleh kaum wanita. Produk kosmetik yang jadi incaran kalangan

wanita berpusat Negara Korea dan China. Fikih Muamalah adalah aturan-aturan (hukum) Allah SWT. Yang ditujukan untuk mengatur kehidupan manusia dalam urusan duniawi dan sosial kemasyarakatan. Rasyid Ridha mengemukakan bahwasannya muamalah adalah kegiatan tukarmenukar barang atau sesuatu yang bermanfaat dengan cara yang sudah ditentukan. Kehidupan bermuamalah memberikan gambaran mengenai kebijakan perekonomian. Kebanyakan masyarakat memenuhi kebutuhan ekonominya dengan cara berbisnis, baik itu bisnis investasi maupun bisnis jual beli barang dan jasa. Dan pada dasarnya manusia adalah makhluk sosial yang bahkan dalam berbisnis pun memerlukan bantuan orang lain untuk menjalankan bisnisnya baik itu sebagai rekan bisnis maupun sebagai penjual ataupun pembeli yang sangat diperlukan dalam sebuah perdagangan.

**Kata kunci : Jual Beli, Produk Kosmetik, Undang-Undang  
No. 8 Tahun1999 Tentang Perlindungan Konsumen**

## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillah wasyukurillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayahNya sehingga sampai saat ini kita masih diberi kesehatan dan kekuatan iman dan Islam. Shalawat serta salam senantiasa kita haturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang memberikan syafa'atnya kepada kita semua.

Skripsi ini disusun dalam rangka untuk melengkapi salah satu syarat guna menyelesaikan program studi Strata 1 Jurusan Hukum Ekonomi Syariah pada Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Pada penyusunan skripsi ini, tentulah tidak terlepas dari bantuan pihak yang terkait. Dengan itu saya ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Supangat M,Ag. Selaku Dosen Pembimbing dan sekaligus menjadi Dosen Wali yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing, mengarahkan dan memberi petunjuk dengan sabar sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Pemilik Toko Icon Cosmetics serta seluruh karyawan Toko Icon Cosmetics yang telah memberikan izin sebagai tempat penelitian dan membantu lancarnya penelitian guna penyusunan skripsi.
3. Bapak Prof. Dr. Imam Taufiq, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang beserta

jajaran Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, selama penulis menjadi mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

4. Bapak Dr. H. Mohamad Arja Imroni, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang beserta para jajaran Dekan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
5. Bapak Supangat, M.Ag. selaku Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah dan Bapak H. Amir Tajrid, M.Ag. selaku Sekretaris Jurusan Hukum Ekonomi Syariah atas kebijakan yang dikeluarkan khususnya yang berkaitan dengan kelancaran penulisan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, Dosen-dosen Fakultas Syariah dan Huku beserta staf dan karyawan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
7. Keluarga besar terutama Bapak Ahmad Said, ibu, kakak, adik dan ponakan-ponakan tercinta yang selalu memberikan doa restu, semangat, perhatian, cinta dan kasih sayang.
8. Teman-teman Jurusan Hukum Ekonomi Syariah angkatan 2013, semoga kesuksesan menyertai kita semua.

9. Serta pihak-pihak lain yang secara langsung ataupun tidak langsung, yang turut membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas semua amal kebaikan yang mereka berikan. Penulis juga memahami sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik dari segi bahasa, isi maupun analisisnya, sehingga kritik dan saran sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. Aamiin Ya Rabbal Alamin.

Semarang, 23 Juni 2020

Khusnus Saadah

NIM.132311061

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN DEKLARASI .....</b>	<b>viii</b>
<b>HALAMAN ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>HALAMAN KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
<b>A. Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>B. Rumusan Masalah.....</b>	<b>13</b>
<b>C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....</b>	<b>13</b>
<b>D. Telaah Pustaka .....</b>	<b>13</b>
<b>E. Metode Penelitian.....</b>	<b>18</b>
<b>F. Sistematika Penulisan .....</b>	<b>26</b>

## **BAB II TINJAUAN UMUM TENTANG JUAL BELI**

- A. Pengertian Jual Beli.....29**
- B. Dasar Hukum Jual Beli .....32**
- C. Rukun dan Syarat Jual Beli .....36**
- D. Macam-macam Jual Beli .....39**
- E. Jual Beli Dilarang Dalam Islam .....42**
- F. Manfaat-Manfaat dalam Jual Beli .....49**

## **BAB III PERLINDUNGAN KONSUMEN DITOKO ICON COSMETICS TERHADAP KOSMETIK ASING.**

- A. Gambaran umum Toko Icon Cosmetics .....52**
- B. Strategi Manajemen Yang Diperlukan Toko Icon  
Cosmetics .....56**
- C. Produk Kosmetik Luar Negeri dan Kosmetik Dalam  
Negeri Ditoko Iconi Cosmetics .....66**
- D. Praktek Konsumen Membeli Kosmetik Luar Negeri  
dan Dalam Negeri Ditoko Icon Cosmetics .....74**

## **BAB IV ANALISIS TENTANG PRODUK KOSMETIK ASING BERDASARKAN HUKUM ISLAM DAN HUKUM POSITIF UNDANG-UNDANG No 8 TAHUN 1999 PERLINDUNGAN KONSUMEN BAB IV PASAL 8 AYAT 1.**

<b>A. Analisis Hukum Islam Terhadap Produk Kosmetika Asing di Toko Icon Cosmetics Pekalongan .....</b>	<b>83</b>
<b>B. Analisis Pembelian Kosmetik Asing di Toko Icon Cosmetics dan Relevansinya hukum positif Undang-undang No 8 Tahun 1999 Perlindungan Kosumen bab IV pasal 8 ayat 1.....</b>	<b>91</b>

## **BABA V PENUTUP**

<b>A. Kesimpulan.....</b>	<b>100</b>
<b>B. Saran-saran.....</b>	<b>102</b>
<b>C. Penutup.....</b>	<b>103</b>

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Zaman modern ini yang serba cepat dan efisien serta semua orang pun akan bisa memiliki berbagai macam produk barang. Perdagangan global menjadikan semua orang untuk secara bebas bisa menggunakan, memiliki suatu barang dengan mudah. Potensi ekspor impor pun sangat bebas. Dan dalam jangka waktu panjang Indonesia pun sudah merasakan dampaknya berbagai macam makanan dari dalam negeri dan luar negeri, berbagai kebutuhan tersier, sekunder semua sudah mempunyai banyak pilihan. Dari produk sekecil apa pun akan semakin mudah mendapatkannya, bisa dengan via Online melalui jasa kirim barang dengan berbagai macam ekspedisi barang. Semua orang termasuk Negara Indonesia juga penggunaannya aktif dalam hal perdagangan secara online.

Secara otomatis sebagian masyarakat Indonesia adalah konsumen. Dari sebab itu pentingnya untuk mengatur produk khususnya di Indonesia sendiri tentang spesifik suatu produk yang akan masuk ke Indonesia, begitu pula produk dalam negeri dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia sendiri.

Undang-undang di Indonesia sudah mengeluarkan tentang adanya Produk-produk yang boleh dikonsumsi baik dari segi Mutu, Kualitas, dan baik digunakan oleh konsumen. Terdapat berbagai masalah dengan berbagai jenis produk yang memasuki pasar Global Indonesia, seperti contoh Produk Kosmetik yang semakin dicari oleh kaum wanita. Produk kosmetik yang jadi incaran kalangan wanita berpusat Negara Korea dan China. Bagi konsumen mendapatkan produk kosmetik dari berbagai juru Negara mudah dengan adanya perdagangan global, dari segi produsen dan pelaku usaha siap dan berani bersaing dengan produk lain. Hal itu bagi kaum wanita memudahkan produk kosmetik seperti apa mereka inginkan. Tetapi tidak semua produk bisa mendapatkan Izin. Pelaku usaha produk kosmetika apabila memasuki pasar di Indonesia menjamin mutu dan keamanan barang / jasa yang di peroleh masyarakat itu sendiri.

Pada era perdagangan bebas sekarang banyak produk kecantikan yang beredar di pasaran dengan berbagai jenis merek. Indonesia yang berada pada arus perdagangan global dituntut siap dan berani bersaing dengan produk lain menghadapi tantangan sekaligus peluang. Keinginan seorang wanita untuk selalu tampil cantik banyak dimanfaatkan oleh pelaku usaha

yang tidak bertanggung jawab dengan memproduksi atau memperdagangkan produk kecantikan yang tidak memenuhi persyaratan untuk dinyatakan layak diedarkan kepada masyarakat. Kosmetik merupakan kebutuhan harian yang secara teratur digunakan untuk tujuan perawatan tubuh dan kecantikan. Banyaknya minat konsumen dalam menggunakan kosmetik justru dimanfaatkan pelaku usaha sehingga menjual produk-produk yang paling diminati, Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang atau jasa yang seperti tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang atau jasa tersebut. Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Yang sudah dijelaskan Dalam bab iv pasal 8 ayat ( 1) dari point (a) sampai point( j) yang sudah di jelaskan dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Undang-undang, No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.8.

Konsumen adalah bagian dari masyarakat Indonesia yang memiliki hak untuk dilindungi.<sup>2</sup> Apabila banyak konsumen menggunakan semua kosmetika secara bebas atau bisa dikatakan tidak secara detail membeli produk kosmetika yang ada pada Negara-negara maju, akan menimbulkan hal yang berbahaya dari segi bahan yang terkandung dalam sebuah produk kosmetika yang diproduksi dari luar Negeri. Berdasarkan peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No.445/Menkes/Permenkes/1998, kosmetika adalah sediaan atau panduan bahan yang siap untuk digunakan pada bagian luar badan ( epidermis, rambut, kuku, bibir dan organ kelamin bagian luar), pada gigi dan rongga mulut baik untuk membersihkan, menambah daya tarik, mengubah penampilan, melindungi supaya tetap dalam keadaan baik, maupun memperbaiki tetapi tidak dimaksudkan untuk menobati atau menyembuhkan suatu penyakit.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Ni Made Santi Adiyani Putri, I Made Sarjana dan I Made Dedy Priyanto, 2017, *Pelaksanaan Penyelesaian Sengketa Konsumen Oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen di Kota Denpasar*, Jurnal Kertha Semaya Fakultas Hukum Universitas Udayana, 3.

<sup>3</sup> Yunita Kusumawati dan Benny Herlena, *Hubungan Antara Persepsi Terhadap Kelompok Referensi Dengan Pengambilan Keputusan*

Pelaku usaha baik dijual online shop / toko offline semestinya tahu bahwa konsumen selain memiliki kewajiban, konsumen juga memiliki hak-hak yang harus diberikan seperti yang tetuang dalam Pasal 4 huruf a undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang menentukan “hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang atau jasa”. Sudah menjadi keharusan bagi produsen untuk mencantumkan komposisi bahan pada produk olahannya khususnya produk olahan yang dikemas, akan tetapi sangat berbeda dengan kenyataan yang ada dilapangan. Produsen masih menghiraukan apa yang seharusnya menjadi hak konsumen yang telah diatur dalam UU Perlindungan Konsumen.

Bahwa tidak hanya pada online shop menjual produk kosmetika yang tidak sesuai dalam (UUPK) dimana ada beberapa produk toko kosmetik menjual yang tidak bisa memberikan jaminan kepada konsumen seperti masih adanya tulisan bahasa asing yang semua konsumen tidak mengetahuinya. Setiap produk kosmetika akan memberikan petunjuk infomasi produk tersebut. Dari situlah akan masih banyak produk-produk kosmetik dijual di toko-toko atau

pun dijual secara bebas secara online shop. Berbagai macam produk kosmetika asing yang menjadi *favorite* kaum wanita dengan harga murah bisa mendapatkan kosmetik yang diinginkan. Di toko Icon Cosmetics yang menjual produk kecantikan dan aksesoris ada beberapa menjual kosmetik yang dari segi produk yang tidak ada petunjuk informasi pemakaian, Standar berlabel kehalalan masih ada sebagian tidak mencantumkan, karena label Halal yang jadi utama semua produk itu baik digunakan kepada khalayak masyarakat. Walaupun tidak semua produk kosmetik di toko Icon Cosmetics tidak memiliki label kehalalan dan tulisan komposisi bahan-bahan. Ada juga produk sudah berlabel halal tetapi akan mempengaruhi konsumen, dimana produk kosmetika yang tidak berlabel halal aja bisa diperjual belikan di toko dengan harga murah. Sebagai konsumen pun akan lebih tertarik dan mencoba produk dengan harga lebih murah, tanpa mengetahui bahan apa saja yang digunakan, bahasa asing yang digunakan pun konsumen tidak memahaminya.

Adanya Regulasi tentang sertifikasi halal sebuah produk baik makanan, obat-obatan maupun kosmetik merupakan bagian dari perlindungan terhadap konsumen khususnya yang beragama Islam. Islam sendiri dalam ajarannya diperintahkan untuk mengkonsumsi produk yang

halal. Dari segi makanan dan barang, orang-orang Islam diperintahkan supaya memakan dan menggunakan bahan-bahan yang baik suci dan bersih. Hal itu dijelaskan dalam Al-quran, yang artinya :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ (١٧٢)

*“Wahai orang-orang beriman , makanlah dari benda benda yang baik ( halal) yang telah, kami berikan kepada kamu dan bersyukurlah kepada Allah jika betul kamu hanya beribadat kepada-Nya ( Qs. Al-Baqarah (2) : 172)”*

Kebersihan, kesucian dan baik atau buruk sesuatu makanan dan barang yang digunakan oleh orang-orang Islam senantiasa terkait dengan Hukum Halal dan haram. Oleh karena itu umat Islam perlu mengetahui informasi yang jelas tentang halal dan haram dalam aspek makanan, minuman, obat, kosmetika dan berbagai jenis barang lainnya yang sering dikonsumsi oleh umat Islam. oleh karenanya penting bagi orang yang beragama Islam unuk menjaga kebersihan dan keindahan baik pada tubuhnya maupun lingkungannya. Salah satu hal yang dapat dilakukan untuk mencapai kebersihan dan keindahan tersebut adalah melalui upaya memperindah maupun mempercantik diri.

Kelengkapan suatu informasi, daya tarik dan kelebihan suatu barang atau produk menjadi faktor yang sangat menentukan bagi konsumen untuk menentukan pilihannya. Maka dari itu, informasi merupakan hal pokok yang dibutuhkan oleh setiap konsumen. Informasi yang harus diberikan pada pembeli tidak hanya berhubungan dengan kuantitas dan kualitas suatu barang, tetapi juga berkaitan dengan efek samping atau bahaya pemakaian, perlindungan terhadap kepercayaan agama tertentu, seperti informasi halal atau haramnya suatu produk. Menurut hukum Islam ada bahan-bahan yang sudah jelas kehalalannya oleh dalil ketentuannya sudah jelas atau disebut *qath'î tsubûl* (Alquran atau Hadis Mutawatir) yang mencakup jenis-jenis pangan yang dibolehkan untuk dikonsumsi oleh dalil yang bersifat umum sepanjang tidak ada dalil yang mengharamkannya dan ada pula jenis pangan atau bahan makanan yang sudah jelas keharamannya oleh dalil *qath'î al-dilâlah*. Di antara yang halal dan haram itu terdapat cukup banyak pangan yang masih samar-samar (*syubhat*) status hukumnya yang tidak masuk dalam kategori pertama dan kedua (*mukhtalaffih*).<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Ma'ruf Amin, *Fatwa dalam Sistem Hukum Islam*, 321.

Pasal 8 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen juga mengatur larangan bagi pelaku usaha untuk memproduksi barang tanpa mencantumkan label dan tanggal kadaluwarsa. “pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang sudah dijelaskan point-point yang terdapat dalam UUPK pasal 8 ayat (1). Dalam UUPK menjelaskan berbagai ketentuan dalam suatu produk kosmetika asing untuk bisa digunakan masyarakat Indonesia terutama kaum Muslim, sebagai berikut penjelasan yang ada di dalam UUPK pasal 8 ayat (1) “ Point pertama Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan atau pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu”. “Point kedua Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam label”. “Point ketiga Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/ isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat”. “Point keempat Tidak mencantumkan informasi dan atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa indonesia sesuai dengan

ketentuan perundang-undangan yang berlaku.<sup>5</sup> Meski dalam Undang mencantumkan dan menjelaskan, bagi masyarakat akan bertindak tidak menghiraukan apabila dalam pemasaran Kosmetika Asing lebih banyak. Perlu adanya pemberitahuan dan kejelasan suatu barang Kosmetika Asing.

Berdasarkan pada realita yang ada pada masyarakat bahwa peraturan perundang-undangan tentang perlindungan konsumen itu penting. Bahwa perdagangan semakin luas, akan lebih banyak produk-produk dari Luar Negeri yang pastinya belum tentu semua produk itu baik digunakan oleh masyarakat Indonesia terutama kaum muslim. Para ulama MUI pun mengeluarkan Fatwa DSN-MUI produk-produk kosmetik apa saja yang boleh digunakan oleh wanita muslim. Yang fatwa itu menjadi acuan suatu produk / merek kosmetik menjadi baik dikonsumsi wanita muslim. Fatwa nomer 26 tahun 2013 standar kehalalan produk kosmetika dan penggunaannya, “Produk kosmetika yang mengandung bahan yang dibuat dengan menggunakan mikroba hasil rekayasa genetika yang

---

<sup>5</sup> Undang-undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. 8.

melibatkan gen babi atau gen manusia hukumnya haram dan yang menggunakan bahan-bahan baku , bahan aktif, atau bahan tambahan turunan hewan halal (berupa lemak lainnya) yang tidak diketahui cara penyembelihannya hukumnya *makruhtahrim* sehingga harus dihindari. Kosmetika yang menggunakan bahan dari produk microbial yang tidak diketahui media pertumbuhan mikrobanya apakah dari babi, harus dihindari sampai ada kejelasan tentang kehalalan dan kesucian bahanya.

Tidak semua Kosmetika mengandung bahan-yang di jelakan seperti diatas tetapi untuk memasuki pasar perdagangan Kosmetika Asing di Indonesia sendiri mempunyai beberapa hal yang sudah diatur. Konsumen pun dalam mengkonsumsi berbagai produk terutama Kosmetika Asing mendapatkan jaminan bahwa produk yang dipakai itu tidak menimbulkan efek yang bisa merugikan diri sendiri. Karena itu perlunya UUPK dalam melindungi konsumen sebagai bentuk dalam meminimalisir kejadian fatal. Dalam hukum fiqiyah sudah menjelaskan berbagai macam barang yang bisa dikonsumsi dilihat dari Dzatnya. Kenapa bisa dikatakan *Makruh, Gharar, Syubhat*, untuk melindungi umat muslim terhindar dari *Dzat* mengandung *Haram*.

Maka dari itu dalam permasalahan jual beli kosmetika asing, perlu adanya perlindungan konsumen yang sudah dijelaskan diatas. Alasan penulis pemilihan judul ini untuk kedepanya masyarakat Indonesia lebih berhati-hati dalam menggunkan Kosmetika Asing yang bisa didapatkan secara cepat dan efisien, dalam penggunaan Kosmetika Asing bukan hanya sekedar izin beredaranya atau kehalalanya saja tetapi perlu ada penyesuain apa sudah sesuai untuk diperjualbelikan pada masyarakat, barang kosmetik asing mempunyai petunjuk dengan bahasa Indonesia yang dipahami. Komposisi yang terkandung dalam Kosmetika Asing dan pada akhirnya konsumen pun tidak merasakan kerugian bagi diri sendiri.

Dalam uraian latar belakang diatas, maka penulis mengambil judul skripsi **“TINJAUN HUKUM ISLAM TERHADAP PERLINDUNGAN KONSUMEN PADA JUAL BELI PRODUK KOSMETIK” ( Study Kasus Toko Icon Cosmetics )** Agar dalam memahami skripsi ini tidak terjadi suatu kesalah pahaman, dan menjaga supaya pembahasan skripsi ini tidak meluas maka penulis skripsi ini hanya akan difokuskan pada pembahasan mengenai permasalahan sebagai berikut:

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana Perlindungan Konsumen pada kosmetika Asing di Toko Icon Cosmetics ?
2. Bagaimana Tinjauan Hukum Islam terhadap jual beli Kosmetika Asing ?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### 1. Tujuan Penelitian

Tujuan praktis penulisan dan penyusunan skripsi ini yakni untuk memenuhi tugas akhir dan mendapatkan gelar sarjana di jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum. Adapun tujuan lain yang ingin dicapai dalam penulisan skripsi ini, yaitu sebagai berikut:

- a. Untuk menjelaskan apa saja hal-hal dalam menggunakan produk asing terutama Kosmetika Asing, keamanan dan mewaspadaikan dalam menggunakan Kosmetika Asing, Kemenkes memberikan penjelasan dalam hal Kosmetika Asing dan bahan-bahan apa saja yang terkandung dalam Kosmetik yang diperjual belikan
- b. Untuk mengetahui konsumen aman dalam penggunaan Kosmetika Asing UUPK mengeluarkan beberapa point untuk lebih berhati-hati dalam pemakaian Kosmetika Asing.

Apakah produk itu sudah sesuai ketentuan yang ada pada peraturan dan sesuai Izin yang berlaku.

## 2. Manfaat penulisan

Adapun manfaat penulisan memberikan suatu pemikiran dan meninjau bagaimana produk-produk kosmetika yang digunakan masyarakat muslim, sehingga pembahasannya sebagai berikut :

- a. Secara ilmiah penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran serta menjadi salah satu bahan acuan dan pedoman bagi masyarakat dalam bidang muamalah khususnya mengenai jual beli produk Kosmetika asing tanpa komposisi bahan agar sesuai dengan hukum Islam.
- b. Secara praktis, dengan diadakannya penelitian ini diharapkan penulis dapat menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diterima selama masa kuliah sebagaimana mestinya, serta menjadi rujukan bagi peneliti selanjutnya.
- c. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bagian dari reaktualisasi ajaran Islam. Dari pemahaman yang tekstual menuju pemahaman yang kontekstual, sebagai salah satu

khazanah pengetahuan tentang hukum Islam, khususnya yang berkaitan erat dengan jual beli.

#### **D. Telaah Pustaka**

*Pertama*, Skripsi oleh Mohammad Ababil Mujaddidyn, IAIN Tulungagung, tahun 2015. Judul skripsi tersebut adalah “Sertifikasi Halal terhadap Produk Impor dalam Perspektif Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM)”. Hasil penelitian tersebut berupa simpulan data yang terdiri dari pemaparan penulis tentang proses sertifikasi halal, mekanisme MUI dan BPOM dalam mengeluarkan keputusan serta pengetahuan mengenai ciri produk dalam dan luar negeri. Persamaan penelitian tersebut dengan skripsi ini adalah sama-sama menggunakan data dari BPOM sebagai salah satu sumber data penelitiannya. Adapun perbedaannya adalah tinjauan penelitiannya, skripsi terdahulu menggunakan tinjauan sertifikasi halal sebagai landasan teori terhadap objek penelitiannya yaitu produk impor menurut BPOM. Sedangkan skripsi oleh penulis menggunakan tinjauan hukum *masalah* sebagai landasan teori terhadap objek penelitiannya yang berupa urgensi keberadaan BPOM yang ditinjau dalam perspektif

*masalah* yang memberi manfaat kepada masyarakat atas pemakaian kosmetik.

*Kedua*, Skripsi Muhammad Kholiq yang berjudul “Studi Analisis Terhadap Prduk Makanan Dan Minuman Olahan Yang Belum Bersertifikat Halal (Studi Kasus Pada IKM di Kota Semarang)”. Skripsi ini membahas tentang hukum makanan dan minuman olahan yang belum bersertifikat halal dari MUI dan juga factor-faktor yang mempengaruhi makanan dan minuman olahan pada IKM di kota Semarang belum bersertifikat halal.

*Ketiga*, Skripsi Fajriatun Nazilyyah yang berjudul “Studi Analisis Keputusan Komisi Fatwa dan Kajian Hukum Islam MUI Jawa Tengah Nomor: /KOM.FAT&KAJ.HI/I/2006 Tentang Makanan dan Minuman Yang Mengandung Zat Berbahaya Relevansinya dengan Pasal 4 UU NO.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen”.Skripsi ini membahas mengenai keputusan dan istinbath hukum dari keputusan komisi fatwa dan kajian hukum islam MUI Jawa Tengah Nomor/KOM.FAT&KAJ.HI/I/2006 dan relevansinya dengan Pasal 4 UU No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.

*Keempat*, Skripsi oleh Astha Zianatul Mafiah, UIN Sunan Kalijaga, tahun 2010. Judul skripsi tersebut adalah

”Tinjauan Sosiologi Hukum Islam Terhadap Jual Beli Kosmetik yang Mengandung Zat Berbahaya”.<sup>9</sup> Penelitian tersebut menggunakan tinjauan sosiologi hukum Islam sebagai dasar teori dalam analisis penelitian dalam hal jual beli kosmetik yang mengandung zat berbahaya. Persamaan penelitian tersebut dengan skripsi ini adalah sama-sama menunjuk kosmetik yang mengandung zat berbahaya sebagai data penelitian. Adapun perbedaannya yaitu tentang metode penelitian, analisis dan tinjauan hukum Islamnya. Skripsi yang dimaksud sebagai tinjauan pustaka menggunakan metod penelitian lapangan, dengan analisis berdasarkan teori sosiologi hukum Islam. Sedangkan skripsi ini menggunakan metode penelitian kepustakaan, dengan analisis terhadap suatu lembaga berdasarkan *manhaj hukum masalah*.

*Kelima*, Jurnal penelitian hukum oleh Richard Adam, Jurnal Eksekutif Unsrat Volume 1 Nomor 7, Tahun 2016. Judul jurnal tersebut adalah “Kinerja BPOM dalam Pengawasan di Toko Swalayan Kota Manado”. Pembahasan dalam jurnal tersebut adalah factor pendukung dan penghambat tentang kinerja BPOM dalam hal pengawasan pada toko-toko swalayan di Manado. Persamaan penelitian terdahulu dengan skripsi ini yaitu adalah sama-sama membahas tentang kinerja BPOM.

Adapun perbedaannya adalah jika pada jurnal terdahulu objek yang diawasi oleh BPOM yang dijadikan sebagai objek penelitian berupa kegiatan toko swalayan, sedangkan pada skripsi ini objek yang diawasi oleh BPOM yang dijadikan sebagai objek penelitian adalah kegiatan pengawasan kosmetik oleh BPOM. Dan ini menjadikan acuan untuk judul penelitian ini, yang masih dalam pembahasan produk Kosmetik Asing. Adapun perbedaan dari Jurnal ini dengan tugas penelitian ini, dari segi hukum positif karena menggunakan perlindungan konsumen.

## **E. Metode Penelitian**

### **1. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif, yaitu pendekatan yang menghasilkan prosedur analisis namun tidak menggunakan prosedur analisis statistika atau cara kuantifikasi lainnya. Dalam hal ini juga merupakan penelitian yang dimaksud untuk memahami fenomena tentang peristiwa dari fakta-fakta yang terjadi dimasyarakat kemudian dianalisis dengan suatu peraturan atau undang-undang. Namun dalam mengumpulkan datadatanya menggunakan metode pengumpulan data studi pustaka dan dokumentasi karena pengambilan fakta-fakta tersebut berdasarkan

informasi dari surat kabar, majalah, dan situs-situs berita.

## 2. Jenis Penelitian

Penelitian dapat dilihat dari dua bagian menurut jenisnya yaitu penelitian lapangan (field reasearch) dan penelitian kepustakaan (library reasearch). Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian kepustakaan (field reasearch). Penelitian kepustakaan merupakan penelitian yang menggunakan metode pengumpulan data dengan mencari informasi melalui buku, majalah, koran, dan literatur lainnya yang bertujuan untuk membentuk sebuah landasan teori.<sup>6</sup> Sebelum melakukan penelitian, peneliti harus melaksanakan studi pustaka dengan tujuan untuk menemukan masalah yang akan dijadikan objek penelitiannya. Dalam penelitian ini, penulis mengambil informasi penelitian dari buku, majalah, koran, artikel, jurnal, situs-situs berita, dan literatur lainnya.

## 3. Fokus Kajian

Penelitian Penulis menggunakan metode penelitian yuridis empiris. Penelitian tersebut terfokus pada suatu

---

<sup>6</sup> Arikunto,2006

fakta dimasyarakat bahwa masih banyak masyarakat yang mengkonsumsi produk kosmetika asing tanpa label standar kehalalan dan tanpa adanya petunjuk yang jelas dalam produk kosmetik asing. Adanya hal tersebut keberadaan produk kosmetika asing menjadi permasalahan bagi penulis, sehingga penulis bermaksud untuk menganalisis permasalahan tersebut dengan meninjau dalam tinjauan hukum Islam. Adapun focus kajian dalam penelitian ini, yaitu bagaimana beredar kosmetik asing dan bagaimana putusan isi dalam UUPK , dalam fatwa DSN-MUI yang menjelaskan tentang standarisasi kehalalan kosmetik. Penelitian ini dapat dikategorikan sebagai penelitian hukum mengenai pemberlakuan atau implementasi hukum normatif (kodifikasi UU/kontrak) secara in action pada setiap peristiwa hukum tertentu yang terjadi di masyarakat.<sup>7</sup>

#### 4. Sumber dan Jenis Data

Penelitian hukum berbeda dengan penelitian sosial. Untuk menyelesaikan isu mengenai masalah hukum dan sekaligus memberikan deskripsi mengenai

---

<sup>7</sup> Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Sinar Grafika, 2014, 105.

apa yang seyogyanya. Penelitian memerlukan sumber-sumber penelitian sebagai sumber perolehan data penelitian. Pada penelitian ini penulis menggunakan sumber hukum sekunder karena sumber hukum tersebut diperoleh secara tidak langsung oleh penulis. Sumber penelitian yang dimaksud penulis dalam penelitian ini disebut dengan bahan hukum. Bahan hukum tersebut dibagi menjadi dua yakni primer dan sekunder. Penjelasan dari kedua bahan hukum tersebut adalah sebagai berikut:

a) Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang mempunyai otoritas (otoritatif). Bahan hukum primer yang otoritasnya di bawah undang-undang adalah peraturan pemerintah, peraturan presiden atau peraturan suatu badan/lembaga negara.<sup>8</sup> Bahan hukum primer yang digunakan penulis adalah Peraturan yang memuat tentang Undang-Undang perlindungan Konsumen tahun no 8 tahun 1999.

b) Bahan Hukum Sekunder

---

<sup>8</sup> Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum*. 2014. Jakarta: Sinar Grafika. 47-48.

Bahan hukum sekunder adalah semua publikasi tentang hukum yang merupakan dokumen yang tidak resmi. Publikasi tersebut terdiri dari buku-buku teks, kamus hukum, jurnal hukum, dan komentar hukum. Kegunaan bahan hukum sekunder adalah memberikan petunjuk kepada peneliti untuk melangkah. Bahan hukum sekunder yang digunakan penulis adalah tulisan tentang daftar produk-produk kosmetik yang dijual di toko-toko kosmetik terutama produk kosmetik asing yang belum ada Standar kehalalan dan tidak ada petunjuk untuk produk kosmetik asing. Selain itu, penulis juga menemukan tulisan tentang produk-produk kosmetik asing yang tidak diizinkan untuk beredar karena mengandung bahan berbahaya dan bisa dicek pada website MUI tentang produk kosmetik Standar halal.

c) Metode Pengumpulan Data

Beberapa langkah teknis pengumpulan data yang penulis gunakan adalah sebagai berikut:

1. Studi Pustaka

Teknik pengumpulan data dengan study pustaka yaitu pengkajian terhadap bahan-bahan pustaka atau materi yang berkaitan

langsung dan tidak langsung dengan permasalahan yang diteliti oleh penulis. Penulis menggunakan data sekunder yaitu Undang-undang Perlindungan Konsumen no 8 tahun 1999. Selain itu data yang diambil dalam penelitian ini yaitu data dari buku yang berkaitan dengan UUPK, jurnal dan tulisan ilmiah yang berhubungan dengan peneliti.

Adapun data studi pustaka yang dimaksud adalah data hasil dokumentasi yaitu data yang diambil oleh penulis tentang dokumen-dokumen bukti tertulis terkait penelitian. Dokumen tersebut adalah bukti tulisan ditemukannya sejumlah kosmetik tanpa adanya tulisan dengan petunjuk bahasa Indonesia dan Standar Ke halal an yang sering dikonsumsi masyarakat, terutama pada Toko Oaura Citra yang menjual berbagai kosmetik yang masih ada beberapa menjual produk asing tanpa standar ke halal an dan menggunakan bahasa asing.

## 2. Wawancara

Perolehan data dari hasil wawancara sebagai data pendukung dalam penelitian ini

berasal dari wawancara dengan pihak Petugas Jaga Toko. Adapun wawancara tersebut dilakukan untuk mendapatkan data yang valid tentang produk-produk kosmetika apa saja yang dari Luar Negeri/Asing yang dijual dalam Toko Icon Cosmetics kemudian dianalisis berdasarkan Peraturan Perundang-undangan Perlindungan Konsumen. Selain dianalisis dengan hukum positif, data hasil wawancara ini juga dianalisis berdasarkan teori hukum Islam, yaitu menggunakan Fatwa DSN-MUI No 26 standar kehalalan produk dan pengguna kosmetika.

#### d) Pengelolaan Data

##### 1. Reduksi Data

Reduksi data adalah tahap pengumpulan data dari hasil studi pustaka dan dokumentasi dipilah berdasarkan teori Hukum Islam. Reduksi data bermanfaat untuk memberikan analisis yang menajamkan, mengarahkan, dan membuang data yang tidak perlu sehingga dapat disimpulkan. Data yang dimaksud adalah tentang penggunaan Kosmetika

Asing. Data tersebut diperkuat oleh UUPK tulisan yang memuat hal terkait dalam Online Shop yang menjual Kosmetik asing, toko-toko kosmetik dan E-commoers dari asing.

## 2. Display Data

Untuk menampilkan data pendukung penelitian, penulis menggunakan display data deskriptif dalam menyajikan data penelitian. Data penelitian yang dimaksud adalah tentang fakta pemakaian produk kosmetik asing tanpa standar kehalalan serta pengaruh kosmetik asing untuk perlindungan konsumen dampak apa saja bagi masyarakat yang memakai produk kosmetika asing.

## 3. Analisis Data

Metode analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode pendekatan kualitatif, yaitu suatu pembahasan yang dilakukan dengan cara memadukan antara penelitian kepustakaan dengan suatu teori.

Data penelitian yang dibutuhkan adalah identifikasi data tentang pengguna Kosmetika Asing untuk konsumen masyarakat Indonesia dan kaum wanita muslim, serta data tentang Produk kosmetika pada spesifikasi standar kehalalan kosmetik. Kemudian data tersebut ditinjau dalam perspektif Hukum Islam yaitu dengan menggunakan Fatwa DSN-MUI tentang standar kehalalan pengguna produk kosmetik.

#### **F. Sistematika Penulisan**

Untuk memudahkan para pembaca dalam memahami materi yang terdapat dalam skripsi ini, Penulis membuat sistematika penulisan menjadi lima Bab, dimana tiap Bab terbagi lagi menjadi beberapa sub bab kemudian tiap-tiap sub mempunyai beberapa sub. Sub bab sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi tentang: Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Tinjauan Pustaka, Metode Penelitian, Sistematika Penulisan Skripsi

## **BAB II: TINJAUAN UMUM TENTANG JUAL BELI**

Bab ini terdiri dari gambaran umum jual beli yang meliputi pengertian jual beli dan dasar hukum jual beli, rukun dan syarat jual beli, jual beli yang dilarang dan dibolehkan, macam-macam jual beli serta manfaat jual beli.

## **BAB III : BAGAIMANA PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK KOSMETIKA ASING DITOKO ICON COSMETICS.**

Dalam bab ini berisi tentang Perlindungan Konsumen ditoko Icon Cosmetics terhadap Kosmetika Asing, setiap konsumen mempunyai masalah dari produk Kosmetik yang digunakan atau karena faktor harga.

## **BAB IV : TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP JUAL BELI KOSMETIK ASING.**

Dalam bab ini penulis akan meninjau yang berisi tentang apakah komposisi bahan dalam Kosmetika Asing ini sesuai dengan Hukum Islam dan hukum positif Undang-undang No 8 Tahun 1999 Perlindungan Kosumen bab IV pasal 8 ayat 1. Pembahasan tersebut merupakan

jawaban dari permasalahan dan disajikan dalam bentuk deskriptif .

## BAB V : PENUTUP

Berisikan Kesimpulan seputar penulisan skripsi, Saran-saran yang berkaitan dengan penulisan skripsi dan Penutup.

## BAB II

### TINJAUAN UMUM TENTANG JUAL BELI

#### A. Pengertian Jual Beli

Jual beli **الْبَيْع** secara bahasa merupakan masdar dari kata **بَعَثَ** diucapkan **يَبِيعُ** – **يُبَاعُ** yang bermakna memiliki dan membeli. Begitu juga kata **شَرَى** mengandung dua makna tersebut. Kata aslinya keluar dari kata **الْبَيْع** karena masing-masing dari dua orang yang melakukan akad meneruskannya untuk mengambil dan memberikan sesuatu. Orang yang melakukan penjualan dan pembelian disebut **الْبَيْعَان**. Kata **شَيْئَابًا ع** artinya menawarkan jual beli.<sup>9</sup>

Jual beli sebagai bentuk pertukaran antara barang dan uang dapat juga antara barang dan barang (barter). Kata **الْبَيْع** berarti jual dalam bahasa Arab terkadang digunakan untuk pengertian lawannya yaitu kata **الشَّرَاء** berarti beli.<sup>10</sup> Islam telah mengatur lalu lintas dagang yang dinamakan *al-bai was syira-a-i* berjual beli. Kaidah dari *al-ba'i* ialah *tamliku maalin bi maalin* “menukar harta dengan harta”

---

<sup>9</sup> Abdurrahman as-Sa'di dkk, *Fiqh Jual-Beli: Panduan Praktis Bisnis Syariah*, Jakarta: Senayan Publishing, 2008, 143.

<sup>10</sup> M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam Fiqh Muamalat*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2003, 113.

menurut agama Islam adalah *tamliku maalin bi maalin ma'at taraadhi* “menukar harta dengan harta dengan sama suka”, berjual beli termasuk amal *tabarru* (amal sosial) dan yang termasuk dianjurkan agama Islam.<sup>11</sup>

1. Adapun jual beli menurut istilah (terminologi) yang dimaksud dengan jual beli adalah sebagai berikut:
  - a. Menukar barang dengan barang atau barang dengan uang dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan.
  - b. Penukaran benda dengan benda lain dengan jalan saling merelakan atau memindahkan hak milik dengan ada penggantinya dengan cara yang yang dibolehkan.
  - c. Akad yang tegas atas dasar penukaran harta dengan harta, maka jadilah penukaran hak milik secara tetap.<sup>12</sup>
2. Definisi jual beli menurut Ulama:
  - a. Al-Sayyid Sabiq menyatakan bahwa jual beli adalah pertukaran harta dengan harta dengan

---

<sup>11</sup> Ghufroon A. Mas'adi, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2002, 118.

<sup>12</sup> Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: PT. Persada, 2010, 67.

jalan saling merelakan (*mubadalt al-mal bi al-mal 'ala sabil al-taradha*) atau pemindahan kepemilikan barang dengan penggantian atas kehendak masing-masing pihak.<sup>13</sup>

- b. Sedangkan Musthafa Ahmad al-Zarqa menegaskan bahwa definisi jual-beli adalah pertukaran harta dengan harta dengan tujuan *iktisab* (perniagaan), yaitu upaya pemenuhan kebutuhan dengan cara pertukaran.<sup>14</sup>
- c. Syaikh Al-Qalyubi berpendapat bahwa jual beli adalah akad saling mengganti dengan harta yang berakibat kepada kepemilikan terhadap satu benda atau manfaat untuk tempo waktu selamanya dan bukan untuk bertaqarrub.<sup>15</sup>

Pengertian diatas dan penjelasanya bahwa jual beli ialah tukar menukar barang atau benda yang mempunyai nilai jual dari benda atau barang itu sendiri, memiliki sifat

---

<sup>13</sup> Jaih Mubarak, dan Hasanudin, *Fiqh Mualah Maliyyah Akad Jual-Beli*, Bandung, Simbiosis Rekatama Media, 2017, 4

<sup>14</sup>Mustafa Ahmad al-Zarqa, *al-Fiqh al-Islamifi Tsawbihial-Jadid; al-'Uqud al-Musammahu fi al-Fiqh al-Islami al-'Aqd al-Bai'*, Damaskus: Dar al-Qalam, 1999, 21.

<sup>15</sup>Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Amzah, 2010, 24.

suka rela atau ridho dalam melakukan jual beli, dan adanya ketentuan perjanjian dari kedua belah pihak yang sesuai syara, apabila syara tidak terpenuhi jual beli akan batal, yang dimaksudkan batal apabila jual beli tidak memenuhi syarat dan rukun jual beli, maka hukum jual beli itu tidak sah, tidak memenuhi rukun dan syaratnya. Sedangkan Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, *ba'i* adalah jual beli antara benda dengan benda, atau pertukaran antara benda dengan uang.<sup>16</sup>

## B. Dasar Hukum Jual Beli

Jual beli sebagai salah satu bagian dari mu'ammalah telah diatur didalam al-Qur'an dan Hadits, selain itu juga ada ijma' para ulama. Adapun dasar hukum mengenai jual beli sebagai berikut :

### 1. Al- Qur'an

Firman Allah swt dalam QS. Al-Baqarah ayat 275 :

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ  
مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ لِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ  
الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ

---

<sup>16</sup>Madani, *Hukum Sistem Ekonomi Islam*, Jakarta : Rajawali Pers, 2015, 167

وَأْمُرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا  
خَالِدُونَ (٢٧٥)

*“Orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal didalamnya.( Al-Baqarah 275).”<sup>17</sup>*

Dalam ayat diatas bahwa jual beli diperbolehkan dan mengharamkan riba, jadi dalam islam melakukan jual beli dibolehkan dan dianjurkan tetapi haram jika jual beli itu mengandung riba, maka jual beli itu di katakan batal dan tidak sah. Jual beli yang mengandung riba membuat rugi kepada orang-orang yang melakukan dibidang

---

<sup>17</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, Bandung: Syaamil, 2005, 47.

perdagangan. Karena jual beli juga termasuk untuk saling tolong menolong tanpa adanya riba.

Firman Allah swt dalam QS. An-Nisa“ ayat 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا  
(انساء : 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.( QS. Nisa 29 )”<sup>18</sup>*

Ayat diatas menjelaskan bahwa larangan untuk tidak memakan harta orang lain yang akan membawa ketindakan yang buruk dan merugikan orang lain, seperti tindakan penipuan dan adanya unsur riba, hal-hal perbuatan seperti itu *bathil* seperti yang di jelaskan ayat diatas kata *bathil* unntuk mematuhi praturan-peraturan yang sudah dijelaskan ayat dalam surat An-Nisa tersebut.

## 2. Hadits

---

<sup>18</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur“an Dan Terjemahannya*, Bandung: Syaamil, 2005, 47.

Dari Rif'ah Ibn Rafi' :

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ؟ قَالَ: عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٌ.

*“Dari Rifa’ah Ibnu Rafi bahwa Nabi ditanya usaha apakah yang paling baik? Nabi menjawab: Usaha seseorang dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang mabrur. (Diriwayatkan oleh al-Bazzar dan dishahihkan oleh alHakim).”<sup>19</sup>*

### 3. Ijma’

Ulama’ muslim sepakat (ijma’) jual-beli diperbolehkan dengan alasan bahwa manusia tidak akan mampu mencukupi kebutuhan dirinya tanpa bantuan orang lain yang dibutuhkannya itu, harus diganti dengan barang lain yang sesuai.<sup>20</sup> Hukum jual beli, antara lain:

- a. Asal hukum jual beli adalah mubah (boleh),
- b. Wajib umpamanya wali menjual harta anak yatim apabila terpaksa,

---

<sup>19</sup> Al-Hafizh Ibnu Hajar al-Asqalani, *Terjemah Lengkap Bulughul Maram*, terj. Abdul Rosyid Siddiq, Jakarta: Akbar, 2007, 345.

<sup>20</sup> Rachmat Syafe’i, *Fiqh Muamalah*, Bandung: CV. Pustaka Setia, 2001, 75.

- c. Sunat, seperti jual beli kepada sahabatsahabat atau famili yang dikasihi,
- d. Haram, apabila melakukan jual beli yang terlarang.<sup>21</sup>

### C. Rukun dan Syarat Jual Beli

1. Adapun rukun jual beli adalah sebagai berikut :<sup>22</sup>
  - a. Adanya **عاقِد** yaitu penjual dan pembeli.
  - b. Adanya **معقود عليه** yaitu adanya harta (uang) dan barang yang dijual.
  - c. Adanya **صيغة** yaitu adanya ijab dan qobul. Ijab adalah penyerahan penjual kepada pembeli. Sedangkan qobul adalah penerimaan dari pihak pembeli.
2. Adapun Syarat jual beli adalah sebagai berikut :
  - a. Syarat bagi **عاقِد** atau orang yang melakukan antara lain :
  - b. Baligh atau berakal Allah telah berfirman dalam surat An-Nisa ayat 5

---

<sup>21</sup> Sudarsono, *Pokok-pokok Hukum Islam*, Jakarta: PT.Rineka Cipta, Cet ke-1, 1992, 392-393.

<sup>22</sup> Ibnu Mas'ud & Zainal Abidin, *Fiqh Madzhab Syafi'I*, Bandung: Pustaka Setia, 2007, 28.

وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَامًا  
وَأَرْزُقُوهُمْ فِيهَا وَاكْسُوهُمْ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا  
(النساء)

*“Dan janganlah kamu berikan hartamu itu kepada orang yang bodoh (belum sempurna akalnya) harta (mereka yang ada dalam kekuasaanmu) yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan. (Qs. An-Nisa :5).”*

Ayat tersebut secara tegas menjelaskan bahwa orang yang tidak cakap tidak diperbolehkan untuk melakukan transaksi jual beli atau melakukan ijab qabul.

3. Beragama Islam , hal ini berlaku untuk pembeli (kitab suci Al-Qur’an/budak muslim). Hal ini dijadikan syarat karena dikhawatirkan jika orang yang membeli adalah orang kafir, maka mereka akan merendahkan atau menghina Islam dan Kaum Muslimin.<sup>23</sup>.

a. Syarat barang yang diperjual belikan antara lain:

1. Suci atau memungkinkan untuk disucikan, tidak sah menjual barang yang najis, seperti anjing, babi dan lain-lain.

---

<sup>23</sup> Imam Abi Zakariya al-Anshari, *Fath al-Wahab*, Surabaya : al-Hidayah, 158.

2. Bermanfaat.
3. Dapat diserahkan secara cepat atau lambat.
4. Milik sendiri.
5. Diketahui (dilihat), barang yang diperjualbelikan itu harus diketahui banyak, berat tau jenisnya, dalam sebuah hadits disebutkan :

عن أبي هريرة رضي الله عنه قال : نهى رسول الله  
صلى الله عليه و سلم عن بيع الحصة و عن بيع  
الغرر ( رواه مسلم )

*“Dari Abi Hurairah r.a ia Berkata : Rasulullah SAW telah melarang jual beli dengan cara melempar batu dan jual beli yang mengandung tipuan.”( H.R. Muslim<sup>24</sup>)*

- b. Syarat Sah Ijab Qabul
  - a. Tidak ada yang membatasi (memisahkan).si pembeli tidak boleh

---

<sup>24</sup> Mohammad Nadzir, *Fiqh Muamalah Klasik*, Semarang : CV. Karya Abadi Jaya, 2015, 44.

diam saja setelah si penjual menyatakan ijab, atau sebaliknya.

- b. Tidak diselingi kata-kata lain.
- c. Tidak *dita'likkan* ( digantungkan ) dengan hal lain. Seperti perkataan “jika bapakku mati, maka barang ini aku jual padamu”
- d. Tidak dibatasi waktu, seperti perkataan “barang ini saya jual padamu satu bulan saja”.<sup>25</sup>

#### **D. Macam-macam Jual Beli**

Jual beli dalam kitab *Fath al-Qorib* disebutkan ada tiga macam yaitu :

1. Menjual barang yang bisa dilihat. Hukumnya boleh/sah jika barang yang dijual suci, bermanfaat dan memenuhi rukun jual beli.
2. Menjual barang yang disifati (memesan barang). Hukumnya boleh/sah jika barang yang dijual sesuai dengan sifatnya.

---

<sup>25</sup> Ibnu Mas'ud & Zainal Abidin, *Fiqh Madhhab Syafi'i*,.....26.

3. Menjual barang yang tidak kelihatan.

Hukumnya tidak boleh/tidak sah.<sup>26</sup>

Jual beli dapat ditinjau dari beberapa segi. Jika ditinjau dari segi hukumnya, jual beli ada dua macam, jual beli yang sah menurut hukum dan batal menurut hukum, dari segi objek jual beli dan pelaku jual beli. Ditinjau dari segi benda yang dijadikan objek jual beli dapat dikemukakan pendapat Imam Taqiyuddin bahwa jual beli dibagi menjadi tiga bentuk.<sup>27</sup>

الْبَيْعُ غَيْرُ ثَلَاثَةٍ بَيْعٍ عَيْنٍ مُشَاهَدَةٍ وَبَيْعِ شَيْءٍ مَوْصُوفٍ فِي الدَّمَةِ  
وَبَيْعِ عَيْنٍ غَائِبَةٍ لَمْ تَشَاهِدْ

---

<sup>26</sup> Imam Ahmad bin Husain, *Fath al-Qorib al-mujib*, Surabaya : al-Hidayah, 30.

<sup>27</sup> H. Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: PT. Persada, 2010, 75.

*“Jual beli itu ada tiga macam: 1) jual beli benda yang kelihatan, 2) jual beli yang disebutkan sifat-sifatnya dalam janji, dan 3) jual beli benda yang tidak ada.”*

Jual beli benda yang kelihatan adalah pada waktu melakukan akad jual beli benda atau barang yang diperjual belikan ada didepan penjual dan pembeli. Hal ini lazim dilakukan masyarakat banyak dan boleh dilakukan, seperti membeli beras dipasar.

Jual beli yang disebutkan sifat-sifatnya dalam perjanjian ialah jual beli salam (pesanan). Menurut kebiasaan para pedagang, salam adalah untuk jual beli yang tidak tunai (kontan), salam pada awalnya berarti meminjamkan barang atau sesuatu yang seimbang dengan harga tertentu, maksudnya ialah perjanjian yang penyerahan barang-barangnya ditangguhkan hingga masa tertentu, sebagai imbalan harga yang telah ditetapkan ketika akad.<sup>28</sup>

Jual beli benda yang tidak ada serta tidak dapat dilihat ialah jual beli yang dilarang oleh agama Islam karena barangnya tidak tentu atau masih gelap sehingga dikhawatirkan barang tersebut diperoleh dari curian atau barang titipan yang akibatnya dapat menimbulkan

---

<sup>28</sup> H. Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: PT. Persada, 2010, 76.

kerugian salah satu pihak. Sementara itu, merugikan dan menghancurkan harta benda seseorang tidak diperbolehkan, seperti penjualan buah anggur dan apel serta yang lainnya yang berada didalam tanah adalah batal.

### **E. Jual Beli Dilarang Dalam Islam**

Salah satu pembahasan yang komprehensif dalam muamalah adalah tentang jual beli. Jual beli merupakan transaksi yang dilakukan oleh kedua belah pihak (penjual dan pembeli) untuk saling menukarkan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan. Dalam islam tidak semua jual beli itu diperbolehkan hal ini dikarenakan ada aturan yang jelas dalam al-Quran dan Hadits. Adapun beberapa jual beli yang dilarang dalam Islam, diantaranya:<sup>29</sup> Jual beli *gharar*, yaitu jual beli yang mengandung unsur penipuan dan penghianatan.

1. Barang yang dihukumkan najis oleh agama, seperti anjing, babi, berhala, bangkai, dan khamr.

---

<sup>29</sup>Hendi Suhendi, *Fikih Muamalah*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010, 78.

2. Jual beli *mulaqih*, yaitu jual beli dimana barang yang dijual berupa hewan yang masih dalam bibit jantan sebelum bersetubuh dengan betina.
3. Jual beli *mudhamin*, yaitu jual beli hewan yang masih dalam perut induknya.
4. Jual beli *munabadzah*, yaitu tukar menukar kurma basah dengan kurma kering dan tukar menukar anggur basah dengan anggur kering dengan menggunakan alat ukur takaran.
5. Jual beli *muhaqolah*, yaitu jual beli buah buahan yang masih ada ditangkainya dan belum layak untuk dimakan.
6. Jual beli *mukhabaroh*, yaitu muamalah yang penggunaan tanah dengan imbalan bagian dari apa yang dihasilkan oleh tanah tersebut.
7. Jual beli *tsunaya*, yaitu jual beli dengan harga tertentu, sedangkan barang yang menjadi objek jual beli adalah sejumlah barang dengan pengecualian yang tidak jelas.
8. Jual beli *'asb al-fahl*, yaitu memperjualbelikan bibit pejantan hewan untuk dibiakkan dalam Rahim hewan betina untuk mendapatkan anak.
9. Jual beli *mulamasah*, yaitu jual beli antara dua belah pihak, yang satu diantaranya menyentuh

pakaian pihak lain yang diperjual belikan waktu malam atau siang.

10. Jual beli *munabadzah*, yaitu jual beli dengan melemparkan apa yang ada padanya ke pihak lain tanpa mengetahui kualitas dan kuantitas dari barang yang dijadikan objek jual beli.
11. Jual beli '*urban*, yaitu jual beli atas suatu barang dengan harga tertentu, dimana pembeli membrikan uang muka dengan catatan bahwa bila jual beli jadi dilangsungkan akan membayar dengan harga yang telah disepakati.
12. Jual beli *najasy*, yaitu jual beli yang bersifat pura-pura dimana sipembeli menaikkan harga barang, bukan untuk membeli nya, tetapi untuk menipu pembeli lainnya agar membeli dengan harga yang tinggi.<sup>30</sup>

Para ulama sepakat bahwa jual beli yang mengandung *gharar* adalah jual beli yang tidak sah, seperti jual beli air susu yang masih ada di tetek, bulu domba yang masih di punggung domba, permata yang

---

<sup>30</sup>Amir Syarifuddin, *Garis-garis Besar Fikih*, Jakarta: Kencana, 2003, 201-209

masih ada di dalam kerang laut, janin yang masih didalam kandungan, ikan di air, dan burung di udara sebelum ditangkap.<sup>31</sup> Jadi ketidakjelasan suatu barang untuk dijual belikan membuat jual beli mengandung *gharar*, dari ketidakjelasan barang tersebut menimbulkan masalah dengan barang yang dijual, seperti adanya ditemukan kualitas yang tidak memadai, atau dari segi kerugian yang sangat fatal, dari situlah banyak kemunculan masalah apabila jual beli mengandung *gharar* tidak sah menurut ulama.

Adapun penjelasan lebih lanjut mengenai jual beli yang dilarang adalah sebagai berikut:

1. *Bai' al-Ma'dum* jual beli atas objek transaksi yang tidak ada ketika kontrak jual beli dilakukan. Jual beli seperti ini disepakati oleh mayoritas lama bahwa objek akad tidak bisa ditentukan secara sempurna karena kadarnya tidak teridentifikasi dengan jelas serta kemungkinan objek itu tidak bisa diserahkan.<sup>32</sup>

---

<sup>31</sup> Wahbah Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu, Jilid 5*, Jakarta: Gema Insani, 102.

<sup>32</sup> Dimyauddin Djuwaini, *Fiqh Muamalah, ...*, 82.

2. *Bai' al-Dain* (Jual beli hutang) Hutang adalah sesuatu yang menjadi kewajiban untuk diserahkan atau dikembalikan kepada orang yang berhak menerimanya seperti halnya uang sebagai harga beli dalam jual beli, sewa-menyewa, upah pekerja, pinjaman dari orang lain, dan lainnya. Jual beli ini biasanya dilakukan oleh orang yang memiliki beba hutang baik secara kontan atau tempo, sehingga transaksi ini identik dengan riba.
3. *Bai' al-Gharar* Definisi *gharar* menurut bahasa berarti tipuan, bahaya. Sedangkan menurut istilah dalam *fiqh*, *gharar* mencakup pada kecurangan, tipuan, ketidakjelasan pada barang, dan ketidakmampuan untuk menyerahkan barang. Menurut Imam Isnawi dari mazhab Syafi'i mengatakan bahwa *gharar* adalah jual beli yang mengandung dua kemungkinan dan kemungkinan besarnya adalah adanya ketidakjelasan di dalamnya.<sup>33</sup>  
Dalam hadits dari Abu Hurairah :

---

<sup>33</sup> Wahbah az-Zuhaili, *Fiqh Islam...*, 101

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ قَالَ نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ  
بَيْعِ الْعَرَرِ وَعَنْ بَيْعِ الْحَصَاةِ (رواه ابن ماجه)

“Dari Abu Hurairah, ia berkata,  
“Rasulullah Shallallahu Alaihi wa Sallam  
melarang jual beli gharar dan jual beli  
menggunakan krikil.” (HR Ibnu Majah)<sup>34</sup>

Dari hadits tersebut jelas sekali bahwa jual beli *gharar* itu dilarang, begitu juga dengan jual beli menggunakan kerikil. Hal tersebut didasarkan pada kebiasaan yang dilakukan orang-orang Jahiliah yang melakukan jual beli barang dengan cara melempar batu. Dahulu orang jahiliah menjual tanah yang tidak jelas luasnya lalu mereka melakukannya dengan melemparkan batu kecil. Dengan patokan pada lemparan batu yang jatuh maka itulah tanah yang dijual. Selain itu orang-orang jahiliah juga melakukan jual beli daging ternak yang masih didalam kandungan seperti halnya anak unta yang dijual ketika masih didalam kandungannya. *Gharar* terbagi menjadi tiga macam, yaitu:

1. *Al-Gharar al-Yasir*, yaitu ketidaktahuan yang sedikit yang tidak menyebabkan perselisihan di

---

<sup>34</sup> Hafidz Abi Abdullah Muhammad ibn Yazid Al-Qazwini, *Sunan Ibnu Majah Jilid 2*, Darul Fikri, 207-275 H, 739.

antara kedua belah pihak dan keberadaannya dimaafkan, karena tidak merusak akad. Para ulama sepakat memperbolehkan karena alasan kebutuhan (hajat).

2. *Al-Gharar al-fahisyah*, yaitu ketidaktahuan yang banyak sehingga menyebabkan perselisihan di antara kedua belah pihak dan keberadaannya tidak dimaafkan dalam akad, karena menyebabkan akad menjadi batal. Sedangkan diantara syarat sahnya akad itu ialah objek akad (*ma'qud 'alaih*) harus diketahui agar terhindar dari perselisihan di kemudian hari.
3. *Al-Gharar al-mutawassith*, yaitu gharar yang keberadaannya diperselisihkan para ulama, apakah masuk ke dalam *al-Gharar al-Yasir* atau *al-gharar al-fahisyah*, atau keberadaannya berada di bawah *algharar al-fahisyah* dan berada di atas *al-gharar al-yasir*. Jika meningkat gharar-nya yang asalnya sedikit, maka dimasukkan kepada *al-gharar al-fahisyah*, sedangkan jika turun gharar-nya yang asalnya banyak, maka dimasukkan kepada *al-gharar al-yasir*.<sup>35</sup>

---

<sup>35</sup> Enang Hidayat, *Fiqh Jual Beli*, Bandung: Rosda, 2015, 102-103.

Yusuf Qardhawi memberikan penjelasannya dalam praktek jual beli rumah, dimana seorang calon pembeli rumah tersebut tidak mungkin mengetahui jumlah bahan bangunan yang digunakan untuk membuat pondasi dan tembok rumah tersebut. Karena bahan bangunan tidak terlepas dari pondasi sebuah bangunan/rumah. Kemudian jual beli mengandung *gharar* yang tidak seberapa, misalnya jual beli kacang yang terbungkus kulitnya. Kesamaran yang dilarang adalah kesamaran yang mengandung kejahatan yang mungkin bisa membawa kepada permusuhan, pertentangan, dan makan harta milik orang lain dengan cara yang bathil.<sup>36</sup>

## **F. Manfaat-Manfaat dalam Jual Beli**

Allah Swt mensyari'atkan jual beli sebagai bagian dari bentuk ta'awun (saling menolong) antar sesama manusia, juga sebagai pemberian keleluasaan, karena manusia secara pribadi mempunyai kebutuhan berupa sandang, pangan, papan dsb. Kebutuhan seperti

---

<sup>36</sup> Yusuf Qaradhawi, *Halal dan Haram*, Bandung: Jabal, 2007, 269.

ini tak pernah putus selama manusia masih hidup. Tak seorangpun dapat memenuhi seluruh hajat hidupnya sendiri, karena itu manusia dituntut berhubungan satu sama lain dalam bentuk saling tukar barang. Manusia sebagai anggota masyarakat selalu membutuhkan apa yang dihasilkan dan dimiliki oleh orang lain. Oleh karena itu jual beli adalah salah satu jalan untuk mendapatkannya secara sah. Dengan demikian maka akan mudah bagi setiap individu untuk memenuhi kebutuhannya.

Adapun manfaat-manfaat yang telah diperoleh dalam sebuah transaksi jual beli adalah sebagai berikut:<sup>37</sup>

1. Para penjual dan pembeli harus memenuhi kebutuhannya dari dasar kerelaan, keikhlasan, atau suka sama suka.
2. Jual beli dapat membentuk struktur kehidupan berekonomi masyarakat yang menghargai hak milik orang lain.
3. Dapat menjauhkan diri dari memakan dan memliki barang-barang yang bersifat bathil atau lebih banyak mudharat.

---

<sup>37</sup>Rifki Fadillah Anwar, *Jual Beli Follower Sosial Media Instagram dalam Perspektif Hukum Islam*, skripsi: IAIN Bengkulu, Fakultas Syariah, 2019, 35

4. Para pihak merasa puas dan penjual melepas barang dagangannya dengan ikhlas dan menerima uang dengan kerelaan sedangkan memberikan uang dan menerima barang dengan suka dan puas pula. Maka demikian jual beli juga mampu mendorong untuk saling bantu membantu dalam kebutuhan atau perekonomian sehari-hari.
5. Menumbuhkan ketentraman dan kebahagiaan.
6. Dapat memberikan nafkah bagi keluarga dari hasil perekonomian yang halal
7. Dapat membuat ketenangan, ketentraman, dan kebahagiaan untuk jiwa dan raga karena memperoleh hasil yang cukup dan menerima keridhoan Allah SWT.
8. Dapat menimbulkan hubungan silaturahmi dan kesejahteraan bagi para penjual dan pembeli.<sup>38</sup>

---

<sup>38</sup> Rifki Fadillah Anwar, *Jual Beli Follower Sosial Media Instagram dalam Perspektif Hukum Islam*, skripsi: IAIN Bengkulu, Fakultas Syariah, 2019, 35.

## BAB III

### PERLINDUNGAN KONSUMEN DITOKO ICON COSMETICS TERHADAP KOSMETIK ASING.

#### A. Gambaran umum Toko Icon Cosmetics

Toko Icon Cosmetics adalah toko yang menjual berbagai kosmetik dari berbagai merk kosmetik, berfokus menjual produk-produk kosmetik dari mulai *hand body*, *foundation*, *eyeshadow*, dan *primer*. Berlokasi di Jalan. Sultan Agung, No 25, Sampangan, Kota Pekalongan, berada dipinggir jalan raya didirikan oleh Ibu Novia Rukmana berbentuk badan usaha pribadi. Dan dibantu oleh 3 karyawan yang sudah mempunyai tugas pekerjaan masing-masing.

Toko Icon Cosmetics mulai buka pada jam 09:00 - 19:00 WIB. Toko Icon Cosmetics sendiri menyediakan berbagai merek produk kosmetik dan alat-alat kosmetik yang banyak dicari oleh konsumen. Berbagai merk kosmetik seperti *Wardah*, *La Tulipe*, *Emina*, *Mirabella*, *Pixy* dan menyediakan produk untuk Skincare berbagai merk. Icon Cosmetics juga menyediakan produk kosmetik yang sisitemnya memesan apabila produk yang dicari belum menyediakan atau masih keadaan produk belum *ready*.

Lokasi yang terletak dipinggir jalan dan tidak jauh dengan pasar Banjarsari, memudahkan toko Icon Cosmetics lebih banyak yang mengetahuinya, toko Icon Cosmetics berdiri pada awal tahun 2020, tergolong Icon Cosmetics masih baru tetapi karena terletak strategis menjadikan Icon Cosmetics menjadi sekarang dengan jumlah konsumen yang bertambah. Dengan harga yang standar produk kosmetik banyak diminati di Icon Cosmetics.

Terletak lokasi yang strategis dengan 2 lantai, lebar ruko sekitar 3,5-5 meter, sementara panjang keseluruhan termasuk bagian luar 9-15 meter. Didepan tempat parkir yang memadai sudah diatur dengan dekat trotoar jalan. Akses menuju toko Icon Cosmetics sangat mudah karena berada didekat Kota Pekalongan dekat dengan Pasar Tradisional Banjarsari, transportasi juga mudah dilewati dekat dengan pangkalan ojek, angkutan umum dan becak.

Icon Cosmetics sangat banyak menyediakan berbagai macam produk kosmetik dari harga standar sampai ke harga yang mahal, semua bisa didapatkan. Karena konsumen yang membeli produk kosmetik lebih cenderung kecocokan dalam menggunakan kosmetik itu sendiri. Dari banyak merek produk kosmetik, konsumen lebih bervariasi membeli atau mencoba hal baru dalam menggunakan produk kosmetik jadi

tidak dengan satu merk produk kosmetik saja, tergantung grade yang lagi diminati oleh konsumen kosmetik.

Berbagai merek produk kosmetik yang dijual oleh Icon Cosmetics, seperti merek *Mustika Ratu*, *Wardah*, *Pixy*, *Make Over*, *Viva*, *La Tulipe*, *Mark*, *Marina*, *Sariayu*, *Mirabella*, *Hanasui*, *Maybelline*, *Herborist*, *Implorar*, *YOU*, *Madam Gie* dan produk berbagai produk Skincare yang bermacam-macam bisa mencakup semua kalangan dan generasi. Dan menyediakan alat-alat kecantikan seperti penjepit bulu mata, tempat alat *Make Up*, dan berbagai merek semir rambut.

Dalam kemajuan perkembangan toko Icon Cosmetics dari beberapa bulan ini sangat signifikan, karena menerapkan keramahan, kecekatan, *on time*, dan menyediakan produk-produk terbaru dan *update* untuk para konsumen kosmetik. Karena Icon Cosmetics juga memasarkan produk kosmetik dengan cara offline dan online. Struktur Organisasi Tugas dari masing-masing bagian sebagai berikut:

1. HRD ( penanggung jawab ) mempunyai tugas rekrutmen pegawai toko. Mencapai target penjualan toko. Menjaga toko tetap berjalan kondusif. Mengontrol kebersihan toko. Memperhatikan

display toko. Mengontrol keamanan dan ketertiban toko.

2. Supervisor mempunyai tugas memonitor penataan barang Pengecekan penerimaan barang secara kualitas dan kuantitas, Mengawasi kelancaran transaksi konsumen. Menganalisa penjualan dan produktifitas toko. Menjalankan tugas tambahan yang diberikan oleh penanggung jawab, seperti menjadi admin untuk akun online.
3. Pramuniaga mempunyai tugas membantu supervisor dalam mengelola barang, Membantu pemilihan barang yang sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen Menjawab pertanyaan dan melayani komplain dari konsumen dengan baik. Memberikan informasi yang benar kepada konsumen secara bijak. Menyusun dan merapikan barang. Memasang barang menurut jenisnya. Menjaga kebersihan pajangan barang dan area toko. Menjalankan tugas lainya yang diberikan oleh supervisor.

## **B. Strategi Manajemen Yang Diperlukan Toko Icon Cosmetics**

Untuk bisa mencakup semua kalangan konsumen Icon Cosmetics memberikan potongan harga apabila membeli dalam jumlah produk banyak. Dan pada masa pembukaan toko pada awal tahun 2020 Icon Cosmetics memberikan promo yang menarik. Berdasarkan tata letak Toko Icon Cosmetics yang dekat dengan keramaian dari pasar Banjarsari memudahkan para konsumen untuk membeli produk kosmetik apa yang dibeli setelah berbelanja atau sebelum berbelanja ke pasar.<sup>39</sup>

Icon Cosmetics sendiri memiliki online shop yang lebih memudahkan konsumen dari luar kota atau dalam kota melakukan pembelian lewat online. Produk kosmetik yang banyak dicari dari berbagai kalangan seperti Wardah itu di Icon Cosmetics memiliki tingkat diminati oleh banyak konsumen. Karena dari satu Merk produk kosmetik ada berbagai macam jenis seperti *lipstick*, *lipbalm*, *facial foam*, *cushion*, *eyeliner* dan *liptint*. Selain produk Wardah ada merk *Pixy* yang banyak diminati oleh kalangan anak remaja dengan berbagai macam jenis produk *Pixy*.

---

<sup>39</sup> Mb Tari supervisor toko Icon Cosmetics, *Wawancara*, Pekalongan 6 Mei 2020

Apabila konsumen yang dewasa dengan kalangan umur 30 tahun lebih memilih dengan produk kosmetik *Make over* dengan berbagai macam jenis produk *Make over*, seperti foundation dan bedak padat dari *Make over* sendiri banyak diminati oleh kalangan umur ke 30 tahun ke atas. Jadi semua produk yang disediakan di Icon Cosmetics bisa mencakup semua umur dari remaja sampai ke para ibu-ibu.

Dari para konsumen sendiri memiliki pilihan untuk produk kosmetik. Toko menerapkan sistem apabila produk satu merek dalam jangka waktu satu bulan tidak ada yang mencari atau diminati, berarti minat dari konsumen terhadap satu produk kosmetik itu tidak terlalu banyak dan setelah itu toko tidak *stock* produk tersebut. Tetapi apabila produk kosmetik diminati dalam penjualan online shop maka masih *stock* tidak terlalu banyak.

Konsumen yang memesan secara online shop akan berbeda dengan konsumen yang membeli secara offline. Jadi Icon Cosmetics memeberikan dua pelayanan yang secara berbeda dengan minat produk kosmetik yang berbeda. Secara minat dari konsumen online dan offline terlihat dari pembelian jenis produk kosmetik dan produk *skincare*. Tetapi produk kosmetik offline akan lebih banyak *stock* karena konsumen cenderung banyak ke offline.

Berdasarkan minat konsumen yang membeli langsung atau offline lebih memilih ke merek produk *Wardah, Emina, dan Pixy*. Berbeda dengan produk kosmetik merek *Make Over, La Tulipe, Maybelline, dan YOU*. Minat konsumen terhadap merek produk kosmetik *Wardah, Emina, dan Pixy*, bisa untuk semua kalangan, dengan harga yang tidak terlalu mahal dalam satu jenis produk kosmetik atau *skincare*.

Dengan minat konsumen terhadap produk kosmetik dengan harga lebih mahal pun juga banyak tetapi tidak terlalu signifikan, seperti ibu-ibu atau orang dewasa dengan umur 30 tahun keatas lebih condong untuk memilih ke produk kosmetik merek *Make over, La Tulipe, Maybelline, dan YOU*. Bukan karena tidak kocockan untuk para konsumen tetapi dengan membandingkan harga dan kualitas juga menjadi alasan para konsumen memilih produk kosmetik.

Dalam melakukan strategi penjualan toko Iconi Cosmetics sangat berpengaruh untuk menjadikan lebih berkembang, dan menyediakan produk-produk kosmetik yang lebih banyak *variasi*. Ada beberapa langka-langkah melakukan strategi untuk para konsumen bisa menjadi pelanggan di toko Icon Cosmetics, seperti diantaranya :

1. Pada awal pembukaan melakukan penyebaran brosur dan melakukan menyebarkan brosur H-2 sebelum pembukaan. Penyebaran dilakukan ditemapt parkir pasar smapai ke dalam pasar untuk bisa menjangkau para masyarakat berminat dan mengetahui info tentang pembukaan baru toko Iconi Cosmetics.
2. pada awal pembukaan toko Icon Cosmetics melakukan promo yang menarik dari semua produk kosmetik.
3. Melakukan promosi via internet yang sudah di buat akunnya di facebook : Iconi Cosmetics, Shoppe : Iconi Cosmetics, email : Iconi Cosmetics, Instagram : Iconi Cosmetics. Dan lebih focus promo yang pertama ke Facebook karena pengguna facebook merata dan dipunyai oleh semua masyarakat dan profesi, yang kedua ke Instargam karena semua masyarakat menggunakan instgram tidak terkecuali. Dalam aplikasi facebook dan Instagram memuat berbgai produk dengan penjelasan yang lengkap.
4. promo untuk konsumen membeli via online seperti mengadakan *give away* berupa produk kosmetik yang dipromokan, karena sangat efektif untuk menarik konsumen dalam membeli via online.

<b>PRODUK MAYBELLINE</b>	<b>DISKON</b>	<b>JUMLAH</b>
Maybelline Foundation	70%	1
Maybelline Lipstik	50%	1
Maybelline Maskara	50%	1
Maybelline Eyeliner	50%	1
Maybelline Liptint	50%	1
Maybelline Lipcrem	50%	1
Maybelline Eyeshadow	50%	1

<b>PRODUK MAKE OVER</b>	<b>DISKON</b>	<b>JUMLAH</b>
Make over Bedak	50%	1
Make over Fondation	70%	1
Make over Lipstik	50%	1
Make over Eyesbrow	50%	1
Make over Lipcrem	50%	1
Make over Maskara	50%	1
Make over Eyeshadow	50%	1

Satu produk kosmetik merek Maybelline memebrikan diskon 50% dan 70%, promo berupa begitu sangat menjadikan konsumen akan sangat tergiur untuk membeli produk, yang harga normalnya sangat jauh dari

harga diskon. Bukan hanya produk Maybelline saja, yang memberikan promo ada Make over dan YOU.

<b>PRODUK PIXY</b>	<b>DISKON</b>	<b>JUMLAH</b>
Pixy Primer	30%	1
Pixy BB Cream two Powder	50%	1
Pixy Lipcream	30%	1
Pixy Line&Shado w	30%	1
Pixy Twin Blush	30%	1
Pixy Tint me	30%	1
Pixy UV	50%	1

whitening		
conceling		

Dan masih banyak lagi produk kosmetik yang promo bukan hanya Maybelline, Make over. Table diatas sebagai gambaran toko Iconi memeberikan diskon dengan berapa persenya.

Berdasarkan table diatas diskon produk kosmetik Pixy tidak sama dengan harga diskon produk yang sebelumnya karena harga awal dari produk pixy sudah sangat terjangkau oleh semua kalangan.

<b>PRODUK MADAM GIE</b>	<b>DISKON</b>	<b>JUMLAH</b>
Madame Gie Lip Tint	20%	1
Madame Gie eyeliner	20%	1
Madame Natural	20%	1

Brow			
Madame Gie Cover BB Chousin		50%	1
Madame Gie Blended Brow		20%	1
Madame Gie eyeshadow		20%	1
Madame Lip matte		20%	1

Dari produk kosmetik Madam Gie sendiri tidak terlalu banyak dalam memberikan promo diskon, karena memang produk Madam Gie dengan harga yang terjangkau banyak pemintanya.

<b>PRODUK Y.O.U</b>	<b>DISKON</b>	<b>JUMLAH</b>
Y.O.U Matte	50%	1

Lipstick		
Y.O.U Lip Cream Soft	50%	1
Y.O.U eyeshadow	50%	1
Y.O.U Matte lipstick Colour	50%	1
Y.O.U Corrector Cushion	50%+20%	1
Y.O.U Pencil Liner	50%	1
Y.O.U Gold Maskara	50%+20%	1

kosmetik Y.O.U sendiri terbilang peminat yang kurang responsif, dikarenakan produk kosmetik Y.O.U terbilang baru dalam memasuki pasar jual di Indonesia tetapi harganya pun tidak bisa disamakan dengan merek produk lain, kualitas dan kuantitas produk Y.O.U memang cukup *high class*, itu kembali kepada pilihan konsumen sendiri.

### **C. Produk Kosmetik Luar Negeri dan Kosmetik Dalam Negeri Ditoko Iconi Cosmetics**

Dari berbagai produk kosmetik yang disediakan oleh Icon Cosmetics ada dari berbagai merek dan di dapatkan dari berbagai sales marketing suatu produk kosmetik. Dan ada yang didapatkan dari PT produk kosmetik, dari semua produk dan jenis-jenis kosmetik, *skincare*. Berdasarkan diminati oleh konsumen, ada juga berdasarkan dari *Grade* produk itu sendiri karena untuk bisa memasuki semua kalangan. Asal produk kosmetik dari luar Negeri dan dalam Negeri pun pastinya dijual di Toko Icon Cosmetics.

Dilihat dari nama merek produk kosmetik itu sendiri bisa di kira-kira darimana asal produk kosmetik diproduksi. Untuk permasalahan asal mula produk kosmetik yang diminati oleh konsumen perlu adanya informasi bagi pengguna kosmetik yang akan dibeli di online shop dan toko-toko. Karena dari semua penjual kosmetik yang dengan via online pun akan menjual produk yang sering dicari oleh konsumen.

Produk kosmetik yang dijual Icon Cosmetics walaupun sudah bisa terbilang lengkap tetapi akan lebih lengkap lagi yang dijual secara online yang bersal dari luar Negeri. Dari situlah kenapa toko Icon Cosmetics bisa ada

*stock* produk kosmetik dari luar Negeri. Karena menjangkau via internet dengan menjual dan membeli produk kosmetik luar negeri via internet juga.

Dilihat dari spesifikasi produk kosmetik tidak ada yang lebih spesifik karena, sistem menjual yang dilakukan adalah apabila konsumen minat dengan produk kosmetik luar Negeri maka dari situ juga akan jadi peluang, bagi penjual kosmetik.

Berdasarkan penjual yang mengamati minat konsumen untuk membeli suatu produk kosmetik, bisa dilihat dari berbagai faktor, dari faktor-faktor itulah yang menjadikan minat konsumen terhadap kosmetik yang berasal dari luar Negeri yang banyak merek dan berbagai macam jenis, antara lain faktor yang mempengaruhi minat konsumen, Seperti antara lain :

1. melalui teknologi mempengaruhi konsumen mencoba produk kosmetik luar Negeri.
2. Referensi dari aspek lingkungan sendiri.
3. Mudahnya iklan-iklan kosmetik masuk ke dalam Indonesia.
4. Negara Korea dan China menjadi *role mode* untuk produk kosmetik.
5. Sudah menjadi konsumtif membeli produk kosmetik.

Berdasarkan faktor-faktor diatas adalah sebagian yang dijelaskan, akan lebih bisa dimengerti dengan faktor yang sudah dijabarkan sedikit. Dari situlah penjual kosmetik akan lebih memahami peluang untuk produk apa yang *update* dari bulan ke bulan dan tahun ke tahun. Icon Cosmetics sendiri menyediakan produk kosmetik yang lagi jadi *Grade* teratas, tetapi tidak hanya berfokus kepada produk kosmetik dengan *Grade* teratas. Mencakup produk kosmetik yang di cari semua kalangan dengan harga yang terjangkau tetapi bisa menjamin produk kosmetik tersebut.

Semua konsumen disaat membeli produk kosmetik yang diinginkan akan melakukan penelusuran dari segi kualitas, kuantitas dan harga. Dari tiga aspek itulah yang menjadikan konsumen lebih teliti dalam mengguakan produk kosmetik. Toko Icon Cosmetics memebrikan pelayanan sangat baik, ramah dan sopan tetapi tidak menerima apabila produk kosmetik ditukar kembali karena itu sudah menjadi konsekuensi konsumen dalam membeli suatu produk kosmetik.

Konsumen yang membeli produk kosmetik di Icon Cosmetics akan memebrikan respon baik apabila konsumen mendapatakan produk yang diinginkan, dengan harga yang dibawah normal dibanding dengan toko-toko lain, dalam membeli via online ataupun offline. Sebaliknya dengan apa

yang diinginkan konsumen mendapatkan produk kosmetik yang tidak sesuai dan masalah harga yang di atas standar responya akan buruk kepada toko.

Pembelian produk kosmetik kepada semua kalangan menjadi sangat beresiko apabila penjual produk kosmetik tidak pintar membaca peluang minat konsumen. Dan penjual akan lebih bisa mengetahui kalangan konsumen mana saja yang lebih spesifik memilih produk kosmetik di Toko Icon Cosmetics, seperti penjelsan ditable dibawah.:

<b>Umur Konsumen</b>	<b>Nama Produk</b>	<b>Presentase Pembeli</b>
15 th -17th	Garnier, Clear&c lear, Ponds	60%
15 th – 20 th	Wardah, Fair&lo vely, Sari	75%

	Ayu, Biore,	
17 th – 20 th	Ponds, Wardah, Hada Labo, Sari Ayu, Pixy, Nivea	80%
20 th – 25 th	Hada Labo, Acnes, Wardah, Safi, Emina	85%
21 th – 30 th	Wardah, Ponds, Garnier, Mustika Ratu, Pigeon	80%

30 th – 40 th	Mustika Ratu, La Tulipe, Wardah, Olay, Safi	70%
40 th – 50 th	La Tulipe, Olay, Mustika Ratu,	70%

Berdasarkan tabel presentase diatas adalah hanya diambil dari pembelian pada lima bulan terakhir ini di Toko Icon Cosmetics di daerah Kota Pekalongan, akan berbeda lagi dengan presentase produk Kosmetik pada Toko lain dan daerah lain. Nama produk yang diambil pada tabel diatas yaitu berpacuan kepada produk *skincare* yang sering diminati kalangan konsumen semuanya. Akan berbeda lagi dengan presentase produk kosmetik kecantikan.

Berbeda presentase itulah yang menjadi produk di Toko Icon Cosmetics bisa menjangkau Semua kalangan dan semua umur. Dalam memilih produk kosmetik kecantikan akan menjadi berbeda lagi karena minat konsumennya pun

berbeda dengan produk skincare. Begitu jga dengan produk kosmetik dari luar Negeri dan dalam Negeri. Seperti penjabaran presentase dibawah tentang produk kosmetik kecantikan.

<b>Umur Konsumen</b>	<b>Nama Produk</b>	<b>Presentase Pembeli</b>
15 th -17 <sup>th</sup>	Marina, Fair&lovely, Viva, Mark	50%
15 th – 20 th	Ponds, Wardah, Garnier, Pixy	50%
17 th – 20 th	Wardah, Emina, Madam	65%

	Gie, Venus, Mirabella	
20 th – 25 th	Emina, Wardah, Inez, Madam Gie, YOU, Implora	80%
21 th – 30 th	Emina, Wardah, YOU, Make Over, Maybelli ne, Pixy	85%
30 th – 40 th	Make over, YOU, La Tulipe, Maybelli	70%

	ne,	
40 th – 50 th	La Tulipe, Make over	50%

Tabel presentase diatas menjabarkan tentang pada umur berapa seseorang memulai konsumtif terhadap produk-produk kosmetik, tabel diatas berdsarkan pembelian konsumen dalam membeli ke toko atau offline. Belum terhitung dengan presentase via internet yang bisa lebih luas jangkauanya bukan yang hanya produk-produk dijual pasaran dalam Negeri tetapi sampai ke luar Negeri.

#### **D. Praktek Konsumen Membeli Kosmetik Luar Negeri dan Dalam Negeri Ditoko Icon Cosmetics.**

Pembelian secara online dan offline dengan cara yang berbeda, adanya respon yang diberikan oleh konsumen kepada toko. Tidak semua menjual produk kosmetik akan baik responya terlebih menjual dan membeli menggunakan via internet yang hanya berdasarakan gambar dengan penjelasan di gambaran agar memudahkan calon konsumen,

resikonya pun akan besar apabila tidak berhati-hati dalam melakukan jual beli kosmetik via internet.

Icon Cosmetics memberikan promo kedalam jualan via internet dengan cara pembelian sampai jumlah berapa bisa *free* ongkir atau dengan *give away* yang dilakukan manajemen toko Icon Cosmetics. Berdasarkan barang yang ditawarkan via internet itulah barang yang sedang *Grade* teratas dalam pembelian online. Tidak bisa disamakan dengan pembelian offline atau datang ke tokonya langsung.

Dalam melakukan tugas seperti pengecekan orderan oleh admin toko dari mulai awal melakukan transaksi jual beli produk kosmetik, banyak produk yang tidak ada *Stock* di toko karena mereka lebih bisa menginginkan sesuatu produk yang bersifat bebas dan dengan pesan antar. Itulah fasilitas yang membuat konsumen akan lebih menginginkan sesuatu barang yang lebih luas jangkauannya.

Sistem dalam toko Icon Cosmetics juga membuat *palnning* target online untuk bisa menjangkau konsumen yang lebih banyak dengan keseimbangan produk yang lebih banyak juga. Karena itu dalam pembelian via online akan ada perbedaan dengan sistem konvensional atau dengan sebutan offline. Dari segi produk kosmetik yang lebih

banyak pilihan dari luar Negeri dan masih asing ditelinga Indonesia dengan produk kosmetik dalam Negeri.

Dalam penjelasan diatas akan lebih bisa dimengerti karena Icon Cosmetics sendiri melakukan pengamatan berbagai konsumen yang membeli via online atau secara konvensional yaitu offline. Banyak orang membeli produk kosmetik secara terus-menerus dan ada juga dengan dalam jangka waktu panjang.

Banyak produk yang dijual secara bebas lewat via internet, jadi pada toko Icon Cosmetics memberikan dua pilihan untuk para konsumen agar bagaimana tetap menjadi pelanggan di Icon Cosmetics. Yaitu apabila tidak bisa dijangkau dengan datang ke tokonya, Icon Cosmetics menyediakan via internet seperti *Facebook, Instagram dan Whatsapp*. Dengan aplikasi seperti itu akan sangat lebih memudahkan para konsumen dalam berbelanja produk-produk kosmetik.<sup>40</sup>

Minat konsumen via online seperti produk *Lanaige, Urban Decay, The Body Shop, Inika Organic, dan E.L.F.* itu adalah salah satu produk kosmetik yang dari luar negeri yang diminati oleh konsumen sekarang, karena untuk saat ini susah dicari di toko offline akhirnya para konsumen

---

<sup>40</sup> Akun Facebook resmi toko Icon Cosmetics, Fb : Icon Cosmetics

lebih cenderung via online Karena akan lebih luas jangkuan dalam mendapatkan produk kosmetik dari luar Negeri.

Bukan hanya produk itu saja yang menjadi minat konsumen, masih banyak produk kosmetik yang diminati. Praktek yang terjadi disaat konsumen membeli produk kosmetik secara konvensional atau offline, konsumen sudah tau apa yang akan dibeli dan dibutuhkan. Sedangkan dengan konsumen membeli secara via internet lewat shoppe dan instagram memebrikan kemudahan dan pencarian lebih luas karena yang diingnkan di toko offline tidak ada yang mnejual.

Praktek yang sering dilakukan oleh konsumen seperti yang sudah dijelaskan paragraph atas. Dan sebagai jawaban dari keminatan konsumen kebanyakan penjual kosmetik mengambil dua jalan via online dan offline. Agar semua bisa *tercover*, memiliki akun website dan mendapatkan barang produk kosmetik itupun penjual harus melakukan transaksi online agar bisa dijual kepada konsumen lain.

Masalah yang sering terjadi dalam pemilihan produk kosmetik luar Negeri adalah amankah produk kosmetik dari luar Negeri. Masuk ke wilayah Indonesia secara illegal dengan adanya surat izin edar ataupun melalui BPOM dan MUI dari Indonesia sendiri. Akan tetapi dalam

toko Icon Cosmetics mempunyai pengecualian apabila memesan via online dengan produk kosmetik itu yang diminati konsumen tetapi Toko online Icon Cosmetics tidak *ready* barang, bisa *Pre order* menunggu ataupun ganti dengan produk kosmetik merek lain.

Toko Icon Cosmetics menyediakan penawaran dengan jasa bisa Pre Order produk kosmetik secara online dan offline. Dengan berbagai macam karakteristik konsumen mencari suatu produk kosmetik. Dalam pemesanan yang dilakukan oleh konsumen pihak Toko Icon Cosmetics tidak memberikan barang-barang apa saja yang tidak bisa di *Pre Order* atau dijual dalam keadaan online atau offline.

Konsumen lebih kebanyakan membeli produk via online ataupun offline yang sudah tersedia yang ada ditoko, begitu juga dengan via online yang tersedia dijual dan kemudian melakukan transaksi setelah terima barang selesai. Pihak toko Icon Cosmetics tidak memberikan tanggung jawab dengan barang yang sudah dibeli oleh konsumen. Dengan berbagai respon konsumen setelah membeli produk kosmetik Icon Cosmetics tidak semuanya sama.

Lebih banyak complain dari pemesan via online karena sistem online sendiri sudah otomatis memberikan wadah tampungan untuk berkomentar pesanan yang

diterima. Sedangkan konsumen yang membeli dengan cara datang ke toko akan lebih puas dan lebih teliti untuk memilih apa yang dimau. Dan sudah mengetahui bentuk fisik suatu produk yang pas dan diinginkan tanpa adanya komplainan setelah membeli.

Segala macam komplainan dari konsumen tentang produk kosmetik yang mereka terima. Pihak Toko Icon Cosmetics sudah memberikan penawaran apabila sebelum melakukan pemesanan harap untuk diteliti detail barangnya itu sudah termasuk prosedur sistem penjualan dari toko, dan setelah pemesanan dan transaksi secara online itu sudah diluar tanggung jawab pihak toko Iconis Cosmetics. dalam menghadapi berbagai konsumen tidak terlalu banyak konsumen yang minat terhadap produk asing dari Negara Korea dan China akan tetapi hanya beberapa konsumen yang mencari dan memesan produk dari luar Negeri. Dan ada sebagian konsumen pun melakukan sistem *Pre order* tetapi dengan produk kosmetik yang berbeda yang bisa dibilang high class tetapi belum bisa masuk ke Indonesia dengan berbagai perizinan dari MUI dan BPOM.<sup>41</sup>

---

<sup>41</sup> Kak Tari supervisor dan kak Widi HRD toko Icon Cosmetics, *Wawancara*, Pekalongan 6 Mei 2020

Produk kosmetik asing yang menjadi minat oleh para konsumen karena dengan harga yang sangat terjangkau bisa mendapatkan sebuah produk yang tidak bisa didapatkan. Dan hanya bisa lewat via online karena barang dipesan dari luar Negeri. Dari sistem pemesan sudah dijelaskan diatas apabila barang yang sudah dipilih atau dipesan tidak bisa dikembalikan atau menukar dengan barang lain. Karena sudah menjadi konsekuensi yang memesan.

Tidak semua konsumen menyukai produk kosmetik asing yang dengan tanpa alasan, dari banyaknya konsumen bisa menjadi konsumen yang pintar bisa memilih dan memesan produk kosmetik yang dibutuhkan. Tidak asal dengan harga murah.

### **Gambar 3.1**

**Dengan merek produk kosmetik Emina yang paling tinggi jual.**



Sumber : Dokumentasi Data Wawancara

**Gambar 3.2**

**Dengan Merek Produk kosmetik Pixy  
yang banyak diminati**



## **BAB IV**

### **ANALISIS TENTANG PRODUK KOSMETIK ASING BERDASARKAN HUKUM ISLAM DAN HUKUM POSITIF UNDANG-UNDANG No 8 TAHUN 1999 PERLINDUNGAN KONSUMEN BAB IV PASAL 8 AYAT 1.**

#### **A. Analisis Hukum Islam Terhadap Produk Kosmetika Asing Icon Cosmetics Pekalongan**

Semakin berkembangnya perdagangan ekspor-impor baik barang maupun jasa di Indonesia, membuat semakin mudahnya kosmetik ilegal produk luar negeri masuk ke Indonesia. Seperti yang masih menjadi trend masyarakat sekarang ini adalah produk kosmetik dari berbagai Negara Luar.

Dalam jual beli mempunyai hikmah untuk kemaslahatan bagi pihak – pihak yang melakukan transaksi serta menjalin cinta kasih diantara sesama manusia. Adakalanya seseorang terlanjur membeli barang kemudian tidak sesuai dengan yang dijanjikan, maka akan menimbulkan penyesalan bagi salah satu pihak dan dapat mengarah pada kedengkian, kemarahan, kekecewaan, atau pertengkaran. Maka dalam hukum Islam menetapkan adanya syarat sahnya jual beli dalam rangka tegaknya

kemaslahatan, kerukunan, dan keharmonisan dalam hubungan antar manusia. Dari beberapa definisi yang telah penulis uraian pada bab dua, maka dapat dipahami bahwa inti dari pengertian jual beli ialah suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela diantara kedua belah pihak, yang satu menerima dengan benda-benda dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang dibenarkan oleh syara” dan disepakati. Dalam jual beli kosmetik saat ini banyak yang melanggar aturan, barang yang ditawarkan oleh pelaku usaha di *Instagram*, *Facebook*, banyak yang tidak memberikan informasi yang jelas atas kosmetik tersebut. Tidak mencantumkan izin edar dari BPOM, cara pemakaian, komposisi pembuatan tanggal dalaruarsa, efek samping, batas pemakaian, nama produsen hingga alamat.

Jual Beli kometik yang tidak layak untuk diedarkan saat ini semakin banyak dilakukan oleh para pelaku usaha melalui sosial media, Indonesia menempati ranking ke-3 pengguna akun Instagram, Facebook paling banyak dengan jumlah pengguna aktif 55 juta kesadaran

diyakini popularitas *Instagram* digunakan untuk berbagai keperluan termasuk untuk kepentingan berbisnis.<sup>42</sup>

Dari segi penulis menjabarkan tentang adanya kebebasan dalam melakukan hal yang berupa konsumtif, sebagai contoh kalangan masyarakat sudah bisa membeli berbagai macam produk kosmetik bukan hanya satu macam yang dimiliki tetapi lebih dari satu macam produk. Itu adalah hal buruk di sisi lain adanya kebebasan dalam bermedia sosial yang berakibat menjadikan masyarakat lebih konsumtif. Kalangan masyarakat tidak terlalu memikirkan kekhawatiran suatu produk kosmetik untuk digunakan karena bukan hanya satu orang saja yang melakukan pembelian produk kosmetik dari luar Negeri tanpa mengetahui komposisi produk yang dipakai. Jadi yang awalnya dianjurkan untuk melakukan jual beli, dengan pola pikir dan kebebasan melakukan transaksi jual beli menjadikan seseorang menjadi konsumtif.

Penulis melihat dengan adanya seseorang yang lebih konsumtif maka produk kosmetik yang diminati atau dicari akan melonjak tetapi apakah produk yang

---

<sup>42</sup> Teknologi.id. Negara dengan pengguna aktif Instagram.<https://teknologi.id/insight/negara-dengan-pengguna-aktif-terbesar/>.Di akses 10 Oktober 2018 pukul 19.50.

kebanyakan dimintai oleh konsumen yang berasal dari luar Negeri terjamin. Disitulah para konsumen untuk bisa lebih bisa mengontrol diri dan hati-hati.

Jual Beli merupakan mata pencaharian yang lebih sering dipraktikkan para Sahabat Rasulullah Saw. dibandingkan dengan mata pencaharian lainnya, seperti pertanian dan yang lainnya. Disamping itu, karena manfaatnya lebih umum dirasakan dan banyak dibutuhkan oleh masyarakat.<sup>43</sup> Adapun Faktor-faktor yang harus diperhatikan dalam jual beli yang tidak kalah pentingnya adalah akhlak dan faktor-faktor mental spiritual, yang tidak boleh diabaikan dalam proses transaksi jual beli. Dibawah ini akan dijelaskan yang berkenaan dengan hal tersebut.<sup>44</sup>

Apabila seseorang hendak membeli sesuatu yang menurutnya lebih bermanfaat, penting untuk beraktifitas, dan yang tidak salah lagi adalah manfaat barang yang kita beli. Barang yang kita beli dengan sesuai kebutuhan seseorang akan menjadi sangat bermanfaat dan membantu. Tidak dengan berdasarkan keinginan hasrat, bukan dari

---

<sup>43</sup> Abu Hamid bin Muhammad bin Muhammad bin Muhammad al-Ghazali, *Al-Wajiz fi al-Fiqh al-Imam al-Sfafi'i*, Beirut-Libanon: Syirkah Dar al-Arqam, 1997 M/1418, juz. I, cet. I. 275.

<sup>44</sup>Hamzah Ya'qub, *Kode Etik Dagang Menurut Islam*, Bandung: CV. Diponegoro, 1992 M/1413. 51-70.

hati. Hanya menuruti hawa nafsu untuk bisa memiliki sesuatu barang tersebut. Adapun manfaat-manfaat yang telah diperoleh dalam sebuah transaksi jual beli adalah sebagai berikut.<sup>45</sup>

1. Para penjual dan pembeli harus memenuhi kebutuhannya dari dasar kerelaan, keikhlasan, atau suka sama suka.
2. Jual beli dapat membentuk struktur kehidupan berekonomi masyarakat yang menghargai hak milik orang lain.
3. Dapat menjauhkan diri dari memakan dan memiliki barang-barang yang bersifat bathil atau lebih banyak mudharat.
4. Para pihak merasa puas dan penjual melepas barang dagangan nya dengan ikhlas dan menerima uang dengan kerelaan sedangkan memberikan uang dan menerima barang dengan suka dan puas pula. Maka demikian jual beli juga mampu mendorong untuk saling bantu membantu dalam kebutuhan atau perekonomian sehari-hari.
5. Menumbuhkan ketentraman dan kebahagiaan.

---

<sup>45</sup>Rifki Fadillah Anwar, *Jual Beli Follower Sosial Media Instagram dalam Perspektif Hukum Islam*, skripsi: IAIN Bengkulu, Fakultas Syariah, 2019, hlm. 35

6. Dapat memberikan nafkah bagi keluarga dari hasil perekenomian yang halal.

Praktek jual beli produk kosmetik yang dijadikan objek jual beli merupakan milik sendiri, barang diketahui bentuk atau wujudnya karena ada dan dapat dilihat oleh mata secara nyata. Secara syarat yang berkaitan dengan jual beli prinsipnya bahwa semua madzhab sepakat bahwasanya objek akad harus berupa *malmuttaqawwim*, suci, wujud (ada) dan diketahui secara jelas dan dapat diserahkan terimakan.

Dalam melakukan transaksi seperti membeli produk kosmetik yang berlebihan dengan harga yang tidak terjangkau, komposisi dan kehalalan produk kosmetik belum bisa terjamin. Sama saja itu menjadi mental spiritual lemah, yang dari awal sudah dijelaskan banyak manfaat yang diperoleh dalam jual-beli tetapi tidak dengan yang berlebihan akan mendapatkan kesusahan. Disamping banyak manfaat yang di dapat dalam jual beli, yaitu untuk mencari mata pencariahnya dengan cara berdagang tetapi tidak dengan cara riba.

Dalam bentuk menjual belikan produk kosmetik sudah benar dan diperbolehkan dalam Hukum Islam karena untuk merawat badan, dan membersihkan badan kita dari kotoran dan kuman. Akan tetapi berhati-hatilah dalam

melakukan transaksi jual beli yang dimana produk yang akan dibeli tidak mengetahui komposisi yang tertulis dan kandungan yang digunakan dalam produk kosmetik yang dibeli. Dan membeli suatu produk yang terlampu banyak akan berakibat mubzdir.

مَا عَلَى الرَّسُولِ إِلَّا الْبَلَاغُ ۗ وَاللَّهُ يَعْلَمُ مَا تُبْدُونَ وَمَا تَكْتُمُونَ

*Katakanlah: "Wahai Ahli kitab, janganlah kamu berlebih-lebihan (melampaui batas) dengan cara ygn tidak benar dalam agamamu. Dan janganlah kamu memperturutkan hawa nafsi orang-orang yang telah sesar dan (karena) mereka telah menyesatkan banyak orang, dan merekapun tersesat dari jalan yang lurus." (Al Maidah: 99)*

Secara Hukum Islam melakukan hal yang berlebihan yang tidak mempunyai manfaat penting akan sangat merugikan diri sendiri. Melakukan sistem transaksi jual beli atas kerelaan dan tidak dengan barang yang haram di sahkan. Bisa dilihat substansi dari barang ataupun kosmetik itu yang setelah dibeli, apakah dipakai sesuai kebutuhan,

atau hanya untuk bisa mempunyai saja tanpa ada manfaat lain.

عن ابن عمر رضي الله عنهما قال : قال رسول الله صلى الله عليه وسلم : البيعان بالخيار ما لم يتفرقا أو يقول أحدهما لصاحبها: اختر وربما اختر وربما قال أو يكون بيع خيار

*“Dari Ibnu Umar RA, ia berkata: Telah bersabda Nabi Saw Penjual dan pembeli boleh melakukan khiyar selagi keduanya belum berpisah, atau salah seorang mengatakan kepada temannya: Pilihlah, dan kadang-kadang beliau bersabda: atau terjadi jual beli khiyar”. (HR. Al-Bukhori).*

Tujuan diadakannya khiyar adalah untuk mewujudkan kemaslahatan bagi kedua belah pihak sehingga tidak ada rasa menyesal setelah akad selesai, karena mereka sama-sama rela atau setuju. Dari hadits yang diatas itu merujuk dengan jual beli kosmetik yang sudah menjalankan dengan sistem untuk sebelum membeli transaksi harus memiliki tujuan apa yang harus dibeli, begitupula yang memsan dalam via internet karena sesudah transaksi lewat online pihak penjual tidak bisa mengembalikan kaena sama-sama rugi.

Memang benar konsumen yang melakukan pembelian via internet ataupun secara langsung ke tokonya mempunyai hak untuk memilih. Penulis melihat disini bahwa Toko Icon Cosmetics sudah memeberikan Hak-hak konsumen untuk memilih dan berfikir sebelum transaksi itu berlanjut ke Akad.

**B. Analisis Pembelian Kosmetik Asing di Toko Icon Cosmetics dan Relevansinya hukum positif Undang-undang No 8 Tahun 1999 Perlindungan Kosumen bab IV pasal 8 ayat 1.**

menyatakan bahwa makanan halal haram bukan hanya masalah umat muslim saja, melainkan juga berkaitan dengan masyarakat luas pada umumnya. Karena itu, agar ibadah dan doa diterima oleh Allah, maka harus berusaha semaksimal mungkin agra makanan dan minuman yang dikonsumsi terjamin *halâl* dan *thayyib*-nya, sebagai bagian dari syarat diterimanya ibadah dan doa. mengemukakan bahwa membicarakan halal haram lebih banyak berhubungan dengan makanan, minuman, dan pakaian. Oleh sebab itu, menggunakan atau mengkonsumsi produk halal menurut keyakinan agama Islam atau demi kualitas hidup dan kehidupan, merupakan hak warga negara yang dijamin oleh Undang-Undang Dasar 1945.

Untuk dapat melindungi hak-hak konsumen secara tegas termuat dalam UUPK No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Tetapi di sisi lain, dengan adanya undang-undang perlindungan konsumen tersebut, mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang karena konsumen berada pada posisi yang lemah, yang menjadi objek aktivitas bisnis untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya oleh pelaku usaha melalui berbagai promosi, cara penjualan serta penerapan perjanjian baku yang merugikan konsumen. Yg sudah dijelaskan dalam UUPK tentang konsumen sebagai berikut :

Hak-hak KonsumenJika kita membicarakan tentang perlindungan konsumen, hal itu tidak lainadalah juga membicarakan hak-hak konsumen. Di Indonesia Yayasan Lembaga Konsuenm Indonesia (YLKI) merumuskan hak-hak konsumen sebagai berikut ;<sup>46</sup>

1. Hak keamanan dan keselamatan.
2. Hak mendapatkan informasi yang jelas. Hak memilih.

---

<sup>46</sup> Ratu Humaemah, *Analisa Hukum Islam Terhadap Masalah Perlindungan Konsumen yang Terjadi Atas Jual Beli E-Commerce*,2015,58-59.

3. Hak untuk didengar pendapatnya dan keluhanya.
4. Hak atas lingkungan hidup selanjutnya Tim Peneliti UI dalam rancangan akademiknya merumuskan ha-hak konsumen sebagai berikut:
5. Hak atas keamanan untuk memilih.
6. Hak atas informasi.
7. Hak untuk didengar
8. Hak untuk mendapatkan barang sesuai dengan nilai tukar yang diberikannya.
9. Hak untuk mendapatkan upaya penyelesaian hukum yang patut.

## **Pasal 8**

a. Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:<sup>47</sup>

1. tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;

---

<sup>47</sup> UUPK No 8 tahun 1999 bab IV pasal 8.

2. tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
3. tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
4. tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut,
5. tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
6. tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
7. tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu

- penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tersebut;
8. tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label;
  9. tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat / isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus di pasang/dibuat;
  10. tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Pada UUPK yang tertera diatas menjelaskan apa saja yang tidak boleh dilakukan oleh pelaku usaha dalam menjalankan usaha sendiri, atau pun berbadan hukum. Setiap point yang ada dalam pasal 8 tersebut sudah dan sering dilakukan oleh pelaku usaha yang tidak mematuhi UUPK. Dimana harus mencantumkan kadarluarsa produk,

bisa juga produk kosmetik yang dari luar Negeri bisa di sortir dulu dan menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar bukan masih dengan bahasa asal Negara yang memproduksi. Dan yang paling terpenting tidak adanya label Halal dalam kemasan produk kosmetik. Untuk bisa lebih aman ke tangan konsumen.

Adanya peraturan UUPK dibuat untuk melindungi setiap pelaku usaha dan konsumen karena, kedua belah pihak akan saling merasa dirugikan apabila dari salah satu pihak pelaku ussha atau konsumen melanggar UUPK bab IV pasal 8 ayat 1. Demi kebaikan kedua belah pihak untuk melakukan transaksi yang lebih bisa bermanfaat tanpa adanya kerugian antara kedua belah pihak.

Pada prosedur yang dilakukan Toko Icon Cosmetics tidak melanggar apa yang dilarang dalam UUPK, akan tetapi ada beberapa point yang harus diperbaiki dalam pengelolaan sistem online dengan *Pre Order* tetapi Produk kosmetik asing yang belum ada kejelasan komposisi, kadarluarsa dan kehalalan produk kosmetik dari luar Negeri. Dengan berpedoman pada point G, H dan I semua konsumen tidak merasakan kerugian. Dan lebih berhati-hati pemilihan produk kosmetik.

Pendeskriptifan kepada toko Icon Cosmetics yaitu dari jual beli ditoko sudah baik dengan produk dijual dengan kelengkapan produk untuk semua kalangan dan produk secara legal Negara. Yang kurang dalam sistem online yang masih kebanyakan pesanan yang produk tidak berkualitas bagus, seperti yang sudah dijelaskan dalam UUPK No 8 tahun 1999.

Bisa dilihat setelah penulis menjelaskan bagaimana wawancara kepada karyawan toko. Toko sudah memberikan waktu sebelum membeli karena dari waktu untuk bisa memilih barang konsumen akan lebih berhati-hati memilih yang cocok untuk digunakan. Dalam UUPK konsumen juga diberikan hak untuk memilih barang tanpa adanya keterpaksaan dan intimidasi, dari pihak toko Icon Cosmetics sudah melakukan pelayanan yang saying bagus, ramah dan sopan. Dari sekian jawaban yang kurang bagus dalam hal memesan kosmetik via internet dengan berbagai macam pilihan yang menjadikan produk kosmetik itu tidak termasuk dalam kategori aman digunakan karena dari luar Negeri yang belum mendapatkan sertifikat halal dan surat izin edar dari BPOM. Seperti salah satu contoh suatu produk yang kurang aman untuk digunakan dalam memesan via internet.

Gambar 4.1

Contoh produk kosmetik yang harga terjangkau tetapi tidak ada sertifikasi halal



Gambar 4.2

Contoh produk kosmetik yang masih menggunakan bahasa asing yang sudah jelas tidak ada sertifikasi halal dan izin dari BPOM.



## **BABA V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan beberapa permasalahan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya tentang jual beli produk kosmetik asing di toko Icon Cosmetics serta jawaban atas permasalahan-permasalahan tersebut maka dapat disimpulkan, sebagai berikut:

1. Dalam hukum islam jual beli yang didasarkan atas keridhoan, tanpa dipaksa atau memaksa, dari pihak konsumen dan penjual. Membeli produk kosmetik pun diperbolehkan dengan sistem online atau pun konvensional yaitu offline, yang menjadi garis besar dalam hal pemesanan produk via internet seperti kosmetik asing. Walaupun tidak semua konsumen memesan produk kosmetik asing dan *stock* penjual tidak selalu *ready* akan lebih baik menyediakan produk kosmetik yang sudah diberi label halal dan dari BPOM. Dari transaksi yang dilakukan di Toko Icon Cosmetics Pekalongan secara keseluruhan sah dan diperbolehkan, Toko pun sudah sangat memeperjelaskan produk-produk kosmetik yang

sudah aman dalam perizinan di Indonesia. Tetapi alangkah baiknya dalam produk kosmetik yang dijual dengan via internet harus bisa lebih memperhatikan produk luar Negeri yang belum tentu bisa mendapatkan sertifikasi halal dan perizinan dari BPOM. Menentukan kehati-hatian pada produk kosmetik adalah kunci dari segala usaha yang dikelola. Dan sangat berbahaya apabila produk kosmetik itu sendiri diperjual belikan secara terus menerus tanpa adanya kesadaran dari pelaku usaha dan konsumen juga berperan aktif.

2. Dalam perlindungan konsumen pada toko Icon Cosmetics juga sudah bagus. Dan memberikan pelayanan ramah, sopan dan informati. Serta selalu memebrikan arahan mana saja produk kosmetik yang sedang banyak diminati dan selalu memebrikan inovasi dalam melakukan promo harga. Dengan demikian konsumen tidak akan merasa bahwa produk yang dibeli tidak mengecewakan, selama pelayanan toko Icon Cosmetics masih sangat bagus. Untuk via online akan lebih bagus selalu memberikan arahan pada akun media sosial untuk mempermudah konsumen

sebelum memesan tidak menimbulkan kesalah fahaman antara pelaku uasha dan konsumen.

## **B. Saran-saran**

Dengan adanya beberapa penjelasan diatas, maka peneliti mengajukan saran untuk menjadi bahan pertimbangan kepada para pihak toko Icon Cosmetics.

1. Diharapkan toko Icon Cosmetics lebih bisa mengupdate produk-produk kosmetik yang terbaru dengan sertifikasi halal serat izin BPOM.
2. Memberikan promo-promo menarik setiap sebulan sekali.
3. Diharapkan memberhentikan setiap ada konsumen yang melakukan pemesanan via internet dengan Pre order kosmetik luar negeri yang belum pasti tingkat kemananya.
4. Bagi pembaca tentang skripsi ini bisa dijadikan bahan referensi ataupun rujukan dalam penulisan karya ilmiah yang lain, dengan lebih mendalam untuk mengembangkan keilmuan fiqh islam.
5. Diharapkan hukum yang berada di Indonesia tentang UUPK selalu menjadi acuan dan lebih bisa dipelajari agar tidak ada merasa dirugikan dalam melakukan jual beli.

6. Diharapkan pelaku usaha dan consume lebih mengerti tentang produk-produk yang akan dijual dan yang akan dibeli.

### **C. Penutup**

Alhamdulillah, puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah Swt. yang telah memberikan kenikmatan dan kesehatan kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa karya ilmiah ini masih penuh dengan kekurangan. Dari segi sistematis dan penulisan yang masih rancau mohom untuk dipahami. Penulis masih proses belajar dan lebih giat belajar lagi untuk dalam penulisan, dan karya ilmiah yang selanjutnya.

Penulis mengharapkan apa yang dijelaskan dengan penjelasan yang terlihat tidak baik. Semoga dipahami dan diambil dari sisi segi positifnya. Maka apabila ada kritik dan saran tentang penulisan yang masih banyak kekurangan. Penulis sangat berterimakasih apabila mendapatkan kritikan yang sehat dan saran yang membangun.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman as-Sa`di dkk, *Fiqh Jual-Beli: Panduan Praktis Bisnis Syariah*, Jakarta: 2008.
- Amin, Ma`ruf, *Fatwa dalam Sistem Hukum Islam*, 2015.
- Ali Zainuddin, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Sinar Grafika, 2014.
- Adiyani Putri, Ni Made Santi. I Made Sarjana., dan I Made Dedy Priyanto. *Pelaksanaan Penyelesaian Sengketa Konsumen Oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen di Kota Denpasar*, Jurnal Kertha Semaya Fakultas Hukum Universitas Udayana, 2017.
- Arikunto, *Instrumen Penelitian*, 2006.
- A. Mas`adi, Ghufron, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2002.
- Ahmad al-Zarqa, Mustafa, *al-Fiqh al-Islamifi Tsawbihial-Jadid; al-'Uqud al-Musammahu fi al-Fiqh al-Islami al-'Aqd al-Bai'*, Damaskus: Dar al-Qalam, 1999.

Azzam, Muhammad & Abdul Aziz. , *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Amzah, 2010.

al-Anshari, Imam Abi Zakariya, *Fath al-Wahab*, Surabaya : al-Hidayah, 2001.

Diana Tantri Cahyaningsih, *Jurnal: Komitmen Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dalam Perlindungan Konsumen Atas Keamanan Pangan dari Bahaya Formalin dan Bahan Berbahaya Lain*, 2008.

Djazuli, *Kaidah-Kaidah Fiqh*, Bandung: Kencana Pustaka Media, 2006.

Hasan, M. Ali, *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam (Fiqh Muamalat)*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2003.

Hasan, Sofyan. 2014. *Sertifikasi Halal dalam Hukum Positif*, Aswaja Pressindo, Yogyakarta

Ibnu Hajar al-Asqalani, Al-Hafizh, *Terjemah Lengkap Bulughul Maram*, terj.

Abdul Rosyid Siddiq, Jakarta: Akbar, 2007.

al-Anshari, Imam Abi Zakariya, *Fath al-Wahab*, Surabaya : al-Hidayah, 2001.

Kusumawati, Yunita, Benny Herlena, *Hubunga*

*Antara Persepsi Terhadap Kelompok Referensi Dengan Pengambilan Keputusan Membeli Produk Kosmetika Tanpa Label Halala Pada Mahasiswa Muslim, 2014.*

Muhammad, Abdulkadir. 2004, *Hukum dan Penelitian Hukum*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung.

Marzuki, Peter Mahmud, *Penelitian Hukum*, Jakarta: Kencana, 2005.

Mubarak, Jaih. Hasanudin, *Fiqh Mualah Maliyyah Akad Jual-Beli*, Bandung, Simbiosis Rekatama Media, 2017

Madani, *Hukum Sistem Ekonomi Islam*, Jakarta : Rajawali Pers, 2015.

Mas'ud, Ibnu dan Zainal Abidin, *Fiqh Madzhab Syafi'I*, Bandung: Pustaka Setia, 2007

Mujaddidyn, Mohammad Ababilil, *Sertifikasi Halal terhadap Produk Impor dalam Perspektif Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM)*, Portal Garuda: Skripsi IAIN Tulungagung, 2015.

Nadzir, Mohammad. , *Fiqh Muamalah Klasik*,  
Semarang : CV. Karya Abadi Jaya, 2015.

Pasal 1 angka (1) Undang-Undang N0.8 Tahun 1999  
tentang Perlindungan Konsumen.

Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tetang  
Perlindungan Konsumen.

Philip Kotler dan Gary Amstrong. *Prinsip-Prinsip  
Pemasaran*. Jakarta: Erlangga 2001. Jilid 1 Cet  
Ke-8.

Qardhawi, Yusuf, *Halal Haram Dalam Islam*,  
Surakarta: Intermedia, cet. Ke-3,2003.

Rifai, M., *Ilmu Fiqh Islam Lengkap*, semarang: CV.  
Toha Putra, 1978

Sabiq Sayyid. Marzuki dkk *Fiqh Sunnah jilid 12, Alih  
Bahasa Kamaludin*,Bandung: Al-Ma'arif, 1996.

Syarifuddin, Amir. *Garis-garis Besar Fikih*,Jakarta:  
Kencana, 2003.

Sudarsono, *Pokok-pokok Hukum Islam*, Jakarta:  
PT.Rineka Cipta, Cet ke-1, 1992.

Syafe'I, Rachmat. , *Fiqh Muamalah*, Bandung: CV. Pustaka Setia, 2001.

Shiddiqie, Ash Hasbi, *Pengantar Fiqh Muamalah*, Semarang: PT. Pustaka Rizqi Putra, Cet ke-4, 2001

Wijaya Juhana. *Pelayanan Prima*. Bandung: Armico,1999.

Wahhab, Abdul, *Kaidah-kaidah Hukum Islam*, Jakarta: CV. Rajawali, 1989,

Yani, Ahmad *Label Halal dan Konsumen Cerdas dalam perdagangan pasar bebas*. Jurnal Gea, Vol.7.No.2 Tahun 2007.

Zulham. *Hukum Perlindungan Konsumen*. cet-2 Jakarta: Kencana, 2013.

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

Wawancara dilakukan dengan narasumber HRD Ratu Paksi Semarang yang bernama Indah S Ningrum, pada tanggal 18 Febuari 2020 pukul 11.00-12.30WIB bertempat di Toko Ratu Paksi Semarang. MbaTari supervisor dan mba Widi HRD toko Icon Cosmetics, Wawancara pada tanggal 6 Mei 2020, dari jam 13:00-1500 WIB, berlokasi di Kota Pekalongan.

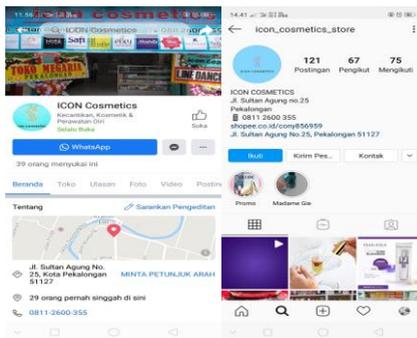
### **DRAF WAWANCARA**

1. Jelaskan mengenai sejarah awal mula berdirinya Toko Icon Cosmetics ?
2. Apakah visi dan misi dari Toko Icon Comsetics ?
3. Apakah ada struktur organisasi, dan apa saja tugas-tugas dari masing-masing bagian?
4. Barang apa saja yang di tawarkan di Toko Icon Comsetics ?
5. Strategi apa saja yang digunakan dalam meningkatkan hasil penjualan?

6. Apakah ada yang dijadikan Produk Kosmetik yang paling diminati oleh konsumen ?
7. Bagaimana dalam menentukan suatu produk kosmetik untuk dijual kepada konsumen ?
8. Apakah Toko Icon Comsetics mengadakan suatu promo produk kecantikan yang ada di Toko untuk konsumen ?
9. Bagaimana Feedback dari pelanggan/ konsumen Toko Icon Comsetics dalam membeli produk kecantikan ?
10. Apakah pernah ada kesusahan dalam menentukan Produk kosmetik apa saja yang akan dijual dan pas untuk pelanggan/konsumen Toko Icon Comsetics ?
11. Sejauh mana tingkat minat pelanggan/ konsumen kepada produk-produk kosmetik yang bersal dari luar negeri atau pun dalam negeri ?
12. Apakah ada kendala yang dihadapi dalam menjual produk kosmetik dari luar negeri atau pun dalam negeri ?
13. Apakah toko memiliki hubungan kerjasama dengan pihak lain seperti rekan atau pemasok dalam penjualan produk kosmetik ?
14. Target apa saja yang ingin dicapai untuk kemajuan Toko Icon Comsetics kedepannya?

15. Apakah ada planning untuk memperbanyak Produk kosmetik yang aman ?
16. Apakah pernah mendapatkan komplain yang dari pelanggan ?
17. Bagaimana persaingan dalam usaha menjual produk-produk kosmetik ?
18. Apa yang perlu dibenahi dalam sistem jualan kosmetik ?

# TOKO ICON COSMETICS PEKALONGAN



## Daftar Riwayat Hidup



Nama : Khusnus Saadah

Tempat, Tanggal Lahir : Pekalongan, 21 Maret 1995

Jenis Kelamin : Perempuan

Nama Orang Tua (Ibu) : Ahmad said (Ayah) Munasah

Alamat : Jln Jlamprang, Krapyak Lor  
Gg3B, Pekalongan Utara, Kota  
Pekalongan

Agama : Islam

Kewarganegaraan : Indonesia

Riwayat Pendidikan

a. Pendidikan Formal:

2001-2007	Msi 13 Nurul Islam
2007-2010	MTs Al Hikmah 2 Benda
2010-2013	MA Al Hikmah 2 Benda