

**PRAKTIK JUAL BELI PRODUK HAIR POWDER
WHITE LABEL DALAM PERSPEKTIF HUKUM
POSITIF DAN HUKUM EKONOMI SYARIAH**

SKRIPSI

Diajukan Untuk memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Program Strata 1 (S.1)



Disusun oleh :

MUCHHAMMAD FAQIH YAKHSYALLAH

NIM. 2102036107

HUKUM EKONOMI SYARIAH (MUAMALAH)

FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO

SEMARANG 2025

**PRAKTIK JUAL BELI PRODUK HAIR POWDER
WHITE LABEL DALAM PERSPEKTIF HUKUM
POSITIF DAN HUKUM EKONOMI SYARIAH**

SKRIPSI

Diajukan Untuk memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Program Strata 1 (S.1)



Disusun oleh :

MUCHAMMAD FAQIH YAKHSYALLAH

NIM. 2102036107

HUKUM EKONOMI SYARIAH (MUAMALAH)

FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO

SEMARANG 2025

PERSETUJUAN PEMBIMBING



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

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 4 (empat) eks.

Hal : Naskah Skripsi

An. Sdr. Muhammad Faqih Yakhyaullah
Kepada Yth.
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum
UIN Walisongo

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini saya kirim naskah skripsi Saudara:

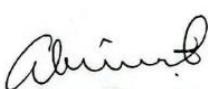
Nama : Muhammad Faqih Yakhyaullah
NIM : 2102036107
Jurusan/prodi : Hukum Ekonomi Syariah
Judul skripsi : PRAKTIK JUAL BELI PRODUK HAIR POWDER WHITE
LABEL DALAM PERSPEKTIF HUKUM POSITIF DAN
HUKUM EKONOMI SYARIAH

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi Saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan.
Demikian harap menjadikan maklum.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 12 Juni 2025

Pembimbing I


Dr. Junaidi Abdillah M.Si.
NIP. 1979022009121001

Pembimbing II


Lathif Henahr Rifqi, M.A.
NIP. 198910092019031007

PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
Jl. Prof. Dr. Hamka, Ngallyan, Semarang. Telp. (024) 7601291

PENGESAHAN

Skripsi Saudara : Muhammad Faqih Yakhyaullah
NIM : 2102036107
Jurusan/Prodi : Hukum Ekonomi Syariah
Judul : Praktik Jual Beli Produk Hair Powder *WhiteLabel* dalam Perspektif Hukum Positif dan Hukum Ekonomi syariah
telah dimunaqasakan oleh Dewan Pengaji Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude / baik / cukup, pada tanggal : 19 Juni 2025
dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2025/2026.

Semarang, 19 Juni 2025

Ketua Sidang

H. Alfian Qodri Azizi, S.H.I., M.H.
NIP. 198811052019031006

Sekretaris Sidang

Lathif Hanafi Rifqi, S.E., M.A.
NIP. 198910092019031007

Pengaji I

Hj. Nur Hidayati Setyani, S.H., M.Si.
NIP. 196703201993032001



Pengaji II

M. Khofur Rofiq, M.S.I.
NIP. 198510022019031006

Pembimbing I

Dr. Junaidi Abdillah M.Si.
NIP. 197902022009121001

Pembimbing II

Lathif Hanafi Rifqi, S.E., M.A.
NIP. 198910092019031007

MOTTO

وَرِزْنُوا بِالْقِسْطَاسِ أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُحْسِرِينَ ﴿١٨١﴾
وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنَوْا فِي الْمُسْتَقِيمِ ﴿١٨٢﴾
الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴿١٨٣﴾

Artinya: “Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan (orang lain). Timbanglah dengan timbangan yang benar (adil). Dan janganlah kamu mengurangi hak orang lain dan janganlah kamu berbuat kerusakan di muka bumi.”

(Q.S As Syuara (1): 181-183)¹

¹ Penerjemah, T. (1990). *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Departemen Agama RI.

PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur saya ucapkan *Alhamdulilahi robilalamin*. Segala puji syukur bagi Allah SWT, sholawat serta salam selalu tercurah kepada nabi Muhammad SAW, yang selalu kita nantikan syafaatnya didunia maupun di akhirat. Dengan mengharap taufiq dan hidayah dari Allah SWT, Sebagai wujud terimakasih penulis persembahkan skripsi ini kepada :

1. Kepada diri sendiri, Muchammad Faqih Yakhsyallah. Terimakasih, terimakasih banyak sudah bertahan sejauh ini. Terimakasih tetap memilih berjalan dan berusaha merayakan diri sendiri sampai di titik ini. Terimakasih karena tidak pernah memutuskan untuk menyerah sesulit apapun prosesnya untuk skripsi ini dan telah menyelesaiannya sebaik dan semaksimal mungkin. Berbahagialah dimanapun berada bersama siapapun. Apapun lebih dan kurangmu mari merayakan diri sendiri.
2. Kedua orang tua penulis, Ayah Ali Mustawa dan Mama Sintoko Prasetyowati sosok yang selalu menjadi inspirasi terbesar dalam hidup saya. Terima kasih atas setiap doa yang tiada pernah putus, setiap tetesan keringat yang dikeluarkan demi masa depan saya, dan setiap nasehat yang menjadi lentera dalam perjalanan hidup ini. Kalian adalah alasan utama saya terus berjuang untuk meraih mimpi-mimpi saya. Semoga hasil dari perjuangan ini dapat menjadi kebanggaan dan kebahagiaan untuk kalian. Segala pencapaian ini takkan pernah terwujud tanpa pengorbanan, kasih sayang, dan dukungan kalian yang tanpa batas.

3. Saudara-saudaraku kaka Muhammad Lutfi Hidayatullah dan kaka Tazkiya Aulia Rahmawati yang telah memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Dosen pembimbing, Saya menyampaikan skripsi ini kepada Bapak Dr. Junaidi Abdillah, M. Si. Dan Bapak Lathif Hanafir Rifqi M.A dengan penuh hormat dan rasa terima kasih yang mendalam. Untuk membantu saya dalam melaksanakan dan menyelesaikan penelitian ini.
5. Teman-teman karib Hukum Ekonomi Syariah C telah membersamai dalam proses pembelajaran selama perjalanan penulis selama menyelesaikan studi S.1.
6. Kepada berbagai pihak yang telah menyemangati, mendoakan, dan mendukung penulis untuk menyelesaikan karya tulis ini.

Semoga semua doa, pengorbanan, dan dukungan yang diberikan dengan tulus dan ikhlas diberi balasan yang berlipat ganda oleh Allah SWT, Aminnn...

DEKLARASI



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
Jl. Prof. Dr. Hamka. Km. 2 Semarang 50185, Telp (024) 760921291

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “*Praktik Jual Beli Produk Hair Powder White Label Dalam Perspektif Hukum Positif dan Hukum Ekonomi Syariah*” tidak berisi materi yang telah pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian skripsi ini tidak berisi satu pun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 12 Juni 2025

Deklarator



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Keputusan bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K Nomor:
158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin
1	ا	tidak dilambangkan
2	ب	B
3	ت	T
4	ث	š
5	ج	J
6	ح	h
7	خ	Kh
8	د	D
9	ذ	z
10	ر	R
11	ز	Z
12	س	S
13	ش	Sy
14	ص	š
15	ض	đ

No	Arab	Latin
16	ط	ṭ
17	ظ	ẓ
18	ع	‘
19	غ	g
20	ف	f
21	ق	q
22	ك	k
23	ل	l
24	م	m
25	ن	n
26	و	w
27	ه	h
28	ء	‘
29	ي	y

Vokal Pendek

...َ = a كَاتِبٌ Kataba
 ...ِ = i سُّيُّلٌ Su’ila
 ...ُ = u يَذْهَبُ yazhabu

Vokal Panjang

...َ = ā قَالَ Qāla
 ...ِ = ī قِيلَ Qīla
 ...ُ = ū يَقُولُ Yaqūlu

Diftong
 آيَ = ai كَيْفٌ Kaifa
 أُو = au حَوْلٌ haula

Catatan :

Kata sandang [al-] pada bacaan

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mengubah sistem perdagangan konvensional menjadi modern berbasis daring. Salah satu model bisnis yang berkembang adalah white label, di mana produk dijual tanpa mencantumkan informasi identitas seperti merek, kandungan, dan izin edar, kemudian dipasarkan kembali oleh pihak lain dengan merek sendiri. Praktik ini banyak ditemui di platform seperti Shopee, salah satunya pada produk kosmetik *hair powder*. Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku usaha, penulis menganalisis praktik jual beli produk *hair powder whitelabel* dalam perspektif BPOM dan Perlindungan Konsumen dan tinjauan hukum islam. Berdasarkan ketentuan hukum positif seperti Peraturan BPOM Nomor 18 Tahun 2024 serta Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membantu akademisi dan praktisi memahami pentingnya legalitas dalam penjualan produk kosmetik.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Data diperoleh dilakukan melalui wawancara dengan pelaku usaha, observasi. Data sekunder diperoleh dari regulasi hukum positif seperti Peraturan BPOM No. 18 Tahun 2024 dan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, serta sumber hukum Islam seperti Al-Qur'an dan hadis. Analisis dilakukan untuk menggambarkan kesesuaian praktik white label ini dengan ketentuan hukum dan prinsip syariah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa praktik jual beli produk *hair powder white label* yang dilakukan diduga belum memerlukan verifikasi produk. Produk yang dibeli dari Shopee;

kemudian di jual ulang dan diberi label merek sendiri. secara hukum, praktik ini tidak sesuai dengan kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang jelas, ringkas, dan akurat sebagaimana tercantum dalam UUPK Pasal 4 dan 7. Selanjutnya, menurut hukum Islam, praktik ini tidak sesuai dengan prinsip-prinsip keterbukaan dan ridha antara kedua belah pihak karena ada informasi yang dapat merugikan salah satu pihak.

Kata kunci: Jual Beli Produk, Perlindungan Konsumen, *Hair powder, Whitel Abel, BPOM.*

ABSTRACT

The development of digital technology has transformed the conventional trading system into a modern online-based one. One of the developing business models is white label, where products are sold without listing identity information such as brand, content, and distribution permit, then re-marketed by other parties with their own brands. This practice is often found on platforms such as Shopee, one of which is in *hair powder* cosmetic products. Based on the results of interviews with business actors, the author analyzes the practice of buying and selling white label *hair powder* products from the perspective of BPOM and Consumer Protection and Islamic law review. Based on positive legal provisions such as BPOM Regulation Number 18 of 2024 and the Consumer Protection Law. The purpose of this study is to help academics and practitioners understand the importance of legality in the sale of cosmetic products.

This research is a field research with a descriptive qualitative approach. Data obtained through interviews with business actors, observations. Secondary data is obtained from positive legal regulations such as BPOM Regulation No. 18 of 2024 and Law No. 8 of 1999 concerning Consumer Protection, as well as sources of Islamic law such as the Qur'an and hadith. The analysis was conducted to describe the compliance of this white label practice with the provisions of the law and sharia principles.

The results of this study indicate that the practice of buying and selling white label *hair powder* products is suspected of not having obtained product verification. Products purchased from Shopee; then resold and labeled with their own brand. legally, this

practice is not in accordance with the obligations of business actors to provide clear, concise, and accurate information as stated in UUPK Articles 4 and 7. Furthermore, according to Islamic law, this practice is not in accordance with the principles of openness and consent between the two parties because there is information that can harm one of the parties.

Keywords : Buying and Selling Products, Consumer Protection, *Hair powder*, *Whitelabel*, BPOM.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahi rabbil'alamin segala puji syukur bagi Allah Yang Maha Pengasih dan Penyayang, bahwa atas taufiq dan hidayah-Nya maka penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada nabi akhir zaman Muhammad SAW, beserta seluruh keluarga dan sahabatnya yang menjadi penuntun bagi umat islam. Skripsi yang berjudul "**PRAKTIK JUAL BELI PRODUK HAIR POWDER WHITE LABEL DALAM PERSPEKTIF HUKUM POSITIF DAN HUKUM EKONOMI SYARIAH**" ini disusun guna memenuhi tugas akhir dan syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S.1) Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan menyemangati penulis, baik secara langsung maupun tidak langsung atas selesainya skripsi ini. Ucapan terimakasih khusus juga penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Nizar ,M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Bapak Prof. Dr. H. Abdul Ghofur, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Bapak Dr. Amir Tajrid, M.Ag., selaku Ketua jurusan Hukum Ekonomi Syariah dan Bapak Saifuddin, M.H., selaku Sekretaris jurusan Hukum Ekonomi syariah beserta staf

akademik jurusan yang telah membuat kebijakan khususnya yang berkaitan dengan kelancaran penulis skripsi ini.

4. Bapak Lathif Hanafir Rifqi M.A., selaku wali dosen yang telah memberikan bimbingan dalam rancangan judul serta membimbingan skripsi penulis.
5. Bapak Dr. Junaidi Abdillah, M.Si., selaku dosen pembimbing I dan Bapak Lathif Hanafir Rifqi, M.A selaku dosen pembimbing II yang bersedia meluangkan waktu, tenaga serta pikiran guna membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini. Semoga Allah SWT memberkahi dan melimpahkan rezeki kepada beliau sekeluarga.
6. Seluruh dosen yang selama ini telah ikhlas memberikan berbagai disiplin ilmu kepada penulis, semoga ilmu yang diajarkan senantiasa berkah dan bermanfaat.
7. Kedua orang tua penulis, Bapak H. Ali Mustawa dan Hj Sintoko Prasetyowati yang selalu mendoakan tak pernah henti, mendampingi, memberikan semangat, dan memberikan dukungan baik secara moral dan materiil. Sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan lancar. Semoga Allah SWT memberikan kesehatan, panjang umur, dan Ridha-nya
8. Untuk seseorang yang tidak bisa penulis sebutkan namanya, terimakasih telah menjadi orang baik diwaktu yang tepat, terimakasih telah menyakinkan dan mempercayai penulis bahwa perjalanan panjang penuh air mata ini akan selesai dan berlalu. Semoga di lain waktu, bisa bertemu seseorang sebaik

dan setulus kamu lagi. Segala doa akan senantiasa terpanjat untukmu orang baik.

9. Dokter Rihandini Pudjo,dr.,SpKJ terimakasih telah mendengarkan dan memberikan masukan moral, banyak saran dan perkataan beliau yang telah merubah mindset, sudut pandang dan hidup penulis.
10. Narasumber yang bersedia memberikan informasi-informasi untuk kelancaran tugas akhir penulis.

11. Seluruh pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini, yang tidak bisa penis sebutkan satu persatu.

Pada akhirnya penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini belum mencapai kesempurnaan dalam arti sebenarnya, namun penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis sendiri dan juga bagi para pembaca pada umumnya.

Semarang, 12 Juni 2025

Penulis

Muchammad Faqih Yakhshyallah

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
DEKLARASI	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT	xi
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
B. Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
C. Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
D. Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
E. Tinjauan Pustaka.....	Error! Bookmark not defined.
F. Metode Penelitian	Error! Bookmark not defined.
G. Sistematikan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB II LANDASAN TEORI JUAL BELI DAN PERLINDUNGAN KONSUMEN	Error! Bookmark not defined.
A. Jual Beli	Error! Bookmark not defined.
1. Pengertian Jual Beli.....	Error! Bookmark not defined.

2. Dasar Hukum Jual Beli **Error! Bookmark not defined.**
 3. Rukun dan Syarat Jual Beli**Error! Bookmark not defined.**
 4. Macam-macam Jual Beli**Error! Bookmark not defined.**
 5. Prinsip-prinsip Jual Beli**Error! Bookmark not defined.**
 6. Jual Beli Produk Dalam Islam**Error! Bookmark not defined.**
- B. BPOM** **Error! Bookmark not defined.**
1. Pengertian BPOM.....**Error! Bookmark not defined.**
 2. Tujuan dan Fungsi BPOM**Error! Bookmark not defined.**
 3. Kewenangan BPOM dalam Pengawasan Produk.**Error! Bookmark not defined.**
- C. Perlindungan Konsumen .****Error! Bookmark not defined.**
1. Pengertian Perlindungan Kosnumen**Error! Bookmark not defined.**
 2. Asas-asas Perlindungan Konsumen**Error! Bookmark not defined.**
 3. Pengertian Pelaku Usaha**Error! Bookmark not defined.**
 4. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha**Error! Bookmark not defined.**
 5. Pengertian Konsumen..**Error! Bookmark not defined.**

6. Hak dan Kewajiban KonsumenError! Bookmark not defined.

**BAB III GAMBARAN UMUM PRODUK HAIR POWDER,
REGULASI BPOM DAN PELAKSANAAN
PRAKTIK JUAL BELI PRODUK HAIR POWDER
WHITELABEL.....**Error! Bookmark not defined.

- A. **Gambaran Umum Produk Hair powder**Error!
Bookmark not defined.
- B. **Regulasi BPOM terhadap Produk Kosmetik.....**Error!
Bookmark not defined.
- C. **Pelaksanaan Praktik Jual Beli Produk Hair powder**Error! Bookmark not defined.

**BAB IV TINJAUAN HUKUM POSITIF DAN HUKUM
ISLAM TERHADAP PRAKTIK JUAL BELI HAIR
POWDER WHITELABEL**Error! Bookmark not defined.

- A. **Analisis Praktik Jual Beli Produk Whitelabel dalam
Perspektif BPOM dan Perlindungan Konsumen**Error!
Bookmark not defined.
- B. **Tinjauan Hukum IslamTerhadap Jual Beli Produk
Hair powder Whitelabel**Error! Bookmark not defined.

BAB V PENUTUPError! Bookmark not defined.

- A. **Kesimpulan**Error! Bookmark not defined.
- B. **Saran.....**Error! Bookmark not defined.

DAFTAR PUSTAKAError! Bookmark not defined.

LAMPIRAN.....Error! Bookmark not defined.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Daftar Kandungan Produk *Hair powder*48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Tampilan Produk di Shopee (Sumber Shopee.id) ...	57
Gambar 3.2 Deskripsi Produk(Sumber : Shopee.co.id.....	58

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola aktivitas jual beli masyarakat dari sistem konvensional ke perdagangan modern berbasis daring. Platform seperti Shopee dan media sosial kini menjadi tempat transaksi utama yang menawarkan kemudahan dalam mengakses berbagai produk. Salah satu fenomena yang berkembang dalam praktik jual beli online adalah munculnya produk white label, yaitu produk yang dijual kembali oleh pihak ketiga dengan merek sendiri, tanpa informasi yang belum jelas mengenai asal-usul dan kandungannya. Dalam wawancara penulis dengan pelaku usaha, diketahui bahwa alasan utama mereka melakukan hal ini adalah karena harga produk yang lebih murah dan mudah diperoleh tanpa perlu prosedur administrasi. Di sisi lain, konsumen yang membeli produk tersebut juga tidak mengetahui kandungan di dalamnya dan berisiko mengalami dampak negatif. Melalui penelitian ini, penulis ingin menegaskan bahwa praktik jual beli seperti ini mengandung unsur *gharar* dan *tadlis* yang bertentangan dengan nilai-nilai syariah, serta melanggar aturan hukum tentang informasi produk. Maka, diperlukan kesadaran hukum dari pelaku usaha serta pengawasan yang lebih ketat dari pihak terkait, agar transaksi jual beli dalam era digital tidak hanya sah secara administratif, tetapi juga memenuhi aspek keadilan dan perlindungan bagi konsumen sesuai prinsip hukum Islam.

Pemasaran merupakan salah satu unsur vital dalam kegiatan perdagangan. Keduanya saling berkaitan erat dan

tidak dapat dipisahkan, sebagaimana dua sisi dari mata uang yang saling melengkapi. Dalam praktiknya, perdagangan yang dilakukan tanpa dukungan strategi pemasaran yang efektif dan terencana akan menghasilkan output yang kurang maksimal, baik dari segi penjualan, jangkauan konsumen, maupun daya saing produk di pasar. Pemasaran tidak hanya berperan dalam memperkenalkan produk, tetapi juga membangun citra, menciptakan permintaan, serta menjaga loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, keberhasilan perdagangan sangat ditentukan oleh sejauh mana pelaku usaha memahami dan menerapkan prinsip-prinsip pemasaran yang tepat.¹

Jual beli produk dengan model *whitelabel* menjadi salah satu strategi bisnis yang banyak dilakukan oleh para pelaku bisnis. Model bisnis ini digunakan oleh produsen yang menjual produknya di platform e-commerce yang belum mencantumkan identitas. Hal ini memungkinkan para pembeli, baik konsumen maupun reseller, untuk meninjau produk atau label tersebut sebelum menjualnya kembali.² Model *whitelabel* memberikan beberapa keuntungan, seperti harga produk yang kompetitif dan kemudahan pengiriman melalui beberapa platform, baik online maupun offline. Pelanggan atau reseller yang membeli dari produsen biasanya lebih mengutamakan efektivitas biaya dan taktik penjualan daripada memastikan keamanan dan kualitas barang yang dijual. Selain itu, konsumen yang membeli produk *whitelabel*

¹ Junaidi Abdillah and I, *Ilmu Fiqih Pemasaran; Sisi Lain Nabi Muhammad Saw Sebagai Pemasar*, hal 50

² Rokhmadi, ‘Kritik Konstruksi Hukum Pidana Islam 1’, 2019, hal. 78

biasanya menyatakan bahwa mereka tidak menyampaikan isi produk secara jelas, tetapi tetap dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Transmormasi perdagangan melalui media digital terus berkembang sangat pesat di era modern saat ini. Salah satunya pada *e-commerce* Shopee yang sangat populer di indoneisa, karena pada aplikasi Shopee dapat membantu dalam proses jual beli. Penggunaannya yang sangat mudah dan dapat memberikan wadah bagi pelaku usaha yang baru merintis usahanya.³ Karena teknologi pelaku usaha dapat menganalisis harga, mengamati produk yang trend, dan peluang usaha mereka. Shopee juga menawarkan berbagai kemudahan untuk melakukan transaksi lebih cepat dan efisien, tanpa dibatasi oleh loksai atapun waktu. Namun, Shopee juga memiliki kekurangan, seperti persyaratan untuk promosi ongkos kirim, proses pencairan dana, dan beberapa produk yang tidak memiliki deskripsi yang jelas.

Berdasarkan penelitian pra-wawancara dengan Pak Ferry, seorang reseller produk *hair powder*, diketahui bahwa ia membeli produk *hair powder* miliknya dari Shopee. Namun, produk yang ia dapatkan dari Shopee belum mencantumkan label seperti merek, kandungan, dan label BPOM. Dapat disimpulkan bahwa produk yang ia beli merupakan produk dengan model *Whitelabel*, di mana produk tersebut belum memiliki identitas tertentu. Pak Ferry menjelaskan bahwa ia menambahkan label merek miliknya sendiri pada produk dan menjual kembali kepada konsumen

³ Anisa Puspita and others, ‘Peran Teknologi Digital dalam Meningkatkan Efisiensi Transaksi E-commerce Shopee’, 3.1 (2025), hal 15.

di barbershop miliknya sendiri. Meskipun ia menambahkan label merek pada produk yang dijual, Pak Ferry mengakui bahwa ia belum mendapatkan informasi yang jelas tentang kandungan asli dari produknya.

Berdasarkan wawancara dengan salah satu konsumen yang membeli produk *hair powder*, dapat diketahui bahwa pengalamannya selama menggunakan produk *hair powder*. Ia mengungkapkan bahwa ia membeli produk *hair powder*, ia tertarik membeli produk *hair powder* karena kebutuhan sehari-hari untuk hirstyling rambut. Namun, saat menerima produk ia mengungkapkan bahwa pada kemasan produk hanya mencantumkan label merek tanpa informasi yang jelas mengenai kandungan atau kandungan produk. Meskipun demikian, ia tetap menggunakan produk tersebut karena merasa bahwa produk tersebut telah digunakan oleh banyak orang.

Berdasarkan penjelasan pra-wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa model praktik jual beli produk *hair powder* model *Whitelabel diduga* melanggar ketentuan dalam Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Nomor 18 Tahun 2024 tentang Persyaratan Teknis Kosmetika. Regulasi ini secara tegas mengatur bahwa setiap produk kosmetik yang diedarkan wajib mencantumkan label merek, kandungan bahan, nomor notifikasi yang diterbitkan oleh BPOM, serta informasi lainnya yang relevan demi menjamin keamanan, mutu, dan manfaat produk bagi konsumen. Kurangnya pengetahuan para reseller terhadap kandungan produk, ditambah dengan dilakukannya verifikasi terhadap nomor notifikasi BPOM, mencerminkan rendahnya

kesadaran hukum mengenai pentingnya pendaftaran dan legalitas produk kosmetik. Hal ini berpotensi merugikan konsumen, baik dari sisi keamanan produk maupun kepastian hukum atas barang yang dikonsumsi. Pada Undang-undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dijelaskan juga bahwa pelaku usaha perlu memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai barang dan atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan agar konsumen tidak merasakan kerugian dalam transaksi.

Jual beli model *Whitelabel* bahwa produk yang dijualkan di platform Shopee belum diketahui asal usul produknya dan pada deskripsi pihak pertama belum mencantumkan label pada produknya, maka ***diduga*** bahwa produk yang dijual bersifat *gharar*. Jual beli *gharar* yaitu praktik jual beli yang mengandung unsur ketidaktahuan antara dua pihak yang bertransaksi.⁴ Namun, jual beli yang mengandung *gharar* berarti jual beli yang sah akan tetapi tidak diketahui asal usul produknya, begitu juga kadarnya. Adapun unsur *taddis* merupakan sebuah transaksi yang satu pihak tidak mengetahui, atau ada hal yang disembunyikan dalam suatu transaksi yang tidak diketahui oleh pihak yang lain. Dalam islam jual beli dianjurkan untuk saling terbuka dan atas dasar saling ridha di antara kedua belah pihak yang bertransaksi.

Permasalahan yang telah penulis paparkan di atas, dimana praktik jual beli produk dengan model *Whitelabel* ini

⁴ Amir Tajrid, ‘Transformasi Maqasid Al-Syariah: Analisis Pemikiran Al-Khadim’, 2021. Hal 62

memiliki keuntungan dalam aspek bisnis bagi reseller tetapi terdapat tantangan terkait transparansi informasi produk bagi konsumen. model bisnis ini memberikan fleksibilitas bagi reseller dalam memasarkan produk dengan merek mereka sendiri tanpa harus memproduksinya dari awal. Hal ini memungkinkan efisiensi dalam biaya produksi serta membuka peluang bisnis yang lebih luas, terutama melalui platform digital. kurangnya informasi yang jelas mengenai kandungan produk menimbulkan potensi risiko bagi konsumen, Maka dalam hal ini penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut, tentang penelitian ini yang berjudul **“PRAKTIK JUAL BELI PRODUK HAIR POWDER WHITELABEL DALAM PERSPEKTIF HUKUM POSITIF DAN HUKUM EKONOMI SYARIAH”**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Analisis Praktik Jual Beli Produk *Hair powder Whitelabel* dalam perspektif BPOM dan Perlindugnan Konsumen?
2. Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Produk *Hair powder Whitelabel*?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk Menganalisis Praktik Jual Beli Produk *Whitelabel* dalam perspektif BPOM dan Perlindugnan Konsumen.
2. Untuk Menganalisis Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Produk *Hair powder Whitelabel*.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan berguna baik secara teoritis maupun praktis, manfaat ini adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritis diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi berupa pemikiran kepada pengembangan wawasan khususnya di bidang muamalah tentang konsep jual beli *Whitelabel*.
2. Secara praktis diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan pandangan baru terhadap pelaku ekonomi mengenai jual beli *whitelabel*.

E. Tinjauan Pustaka

Untuk mendukung pembahasan dalam penelitian ini, diperlukan kajian teoritis yang komprehensif melalui telaah pustaka. Telaah pustaka bertujuan untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan merangkum berbagai teori serta hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik penelitian yang akan penulis teliti. Adapun beberapa telaah pustaka yang berkaitan dengan judul penelitian ini adalah :

1. Dalam Skripsi milik Ahmad Zulfa Fathurrahman, penelitiannya yang berjudul "*Analisis Hukum Ekonomi Syariah dan Undang-undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 terhadap Jual Beli Suplemen Protein Tanpa Label Halal Pada Aplikasi Shopee*" dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa Metode Yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif, lalu dapat disimpulkan bahwa Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik jual beli suplemen protein tanpa label halal di aplikasi Shopee mengandung unsur *gharar*, yang berpotensi merugikan konsumen. Secara hukum positif,

praktik ini berpotensi melanggar hak konsumen sebagaimana diatur Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999, khususnya terkait hak atas informasi yang jelas dan benar. Dari perspektif hukum ekonomi syariah, meskipun akad jual beli sah, kurangnya kejelasan terkait kehalalan produk menimbulkan keraguan yang tidak sejalan dengan prinsip keterbukaan, kejujuran, dan keadilan dalam muamalah.⁵

2. Dalam skripsi milik Ahmad Syariffudin, yang berjudul "*Jual Beli Tanpa Label Harga Perspektif Undang-undang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam(studi pada Rumah Makan di Kota Palangka raya)*" menggunakan metode yuridis empiris yang bersifat deskriptif analitisik. Diketahui bahwa Hasil penelitian menunjukan Kebiasaan menjual makanan tanpa mencantumkan harga di rumah makan Kota Palangka Raya masih sering terjadi dan sudah menjadi hal yang lumrah di masyarakat. Namun, praktik ini bisa merugikan konsumen. Biasanya, harga ditentukan berdasarkan menu dan ukuran ikan yang dipesan, bukan berdasarkan informasi harga yang ditampilkan secara terbuka. Ada beberapa alasan mengapa label harga tidak dicantumkan, seperti harga bahan makanan yang sering berubah-ubah, kebiasaan yang sudah mengakar, serta tidak adanya aturan hukum yang secara khusus

⁵ : Ahmad Zulfa Fathurrahman, ‘Analisis Hukum Ekonomi Syariah dan Undang-undang Perlindungan Konsumen No.8 tahun 1999 terhadap Jual Beli Suplemen Protein Tanpa Label Halal Pada Aplikasi Shopee’, no. 8 (1999), hal 1999.

mewajibkan pencantuman harga. Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, meskipun tidak secara langsung mengatur soal label harga, namun dalam Pasal 7 ditegaskan bahwa pelaku usaha wajib memberikan informasi yang jelas dan jujur, termasuk informasi harga.⁶

3. Dalam skripsi milik Amna Mariyah yang berjudul "*Jual Beli Produk Tanpa Label Harga Ditinjau Menurut Perspektif Bai' Mu'atih da UU No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (studi kasus pada swalayan gampong kopelma darssalam kota banda aceh)*" dapat diketahui produk yang tidak mencantumkan label harga di Swalayan Gampong Kopelma Darussalam Banda Aceh merugikan konsumen. Banyak konsumen merasa tidak nyaman karena harus bertanya langsung kepada pegawai mengenai harga, yang seharusnya bisa diketahui sendiri lewat label. Dari sisi hukum Islam, khususnya konsep *bai' mu'āṭah*, jual beli tanpa kejelasan harga dapat mengandung unsur *gharar* dan *ikrāh*, yang bertentangan dengan syarat sah jual beli. Sementara itu, dari sisi hukum positif, tindakan swalayan yang tidak mencantumkan harga melanggar ketentuan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 35 Tahun 2013.⁷

⁶ Ahmad syarifuddin, 'Jual Beli Tanpa Label Harga Perspektif Undang-undang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam (Studi Pada Rumah Makan Di Kota Palangka Raya)', 2017.

⁷ Amina Mariyah, 'Jual Beli Produk Tanpa Label Harga Ditinjau Menurut Perspektif Bai' Mu'atih dan UU NO. 8 TAHUN 1999 Tentang

4. Dalam skripsi milik Ani Nuryani yang berjudul “*Jual Beli Kosmetik Tanpa Label BPOM Dalam Tinjauan Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam (Studi Kasus Di Toko ratna Desa Kiringan Kecamatan Takeran Kabupaten magetan)*” penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian lapangan(*field research*) dengan pendekatan normatif. Diketahui Hasil penelitian menunjukan bahwa Praktik jual beli kosmetik tanpa label BPOM di Toko Ratna melanggar ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen karena tidak memberikan informasi yang jelas dan tidak menjamin keamanan produk. Dalam tinjauan hukum Islam, meskipun akad jual belinya sah, penggunaan produk yang berpotensi membahayakan masuk kategori dharar, sehingga jual belinya dianggap tidak sah (*fasid*). Kedua pandangan hukum menekankan pentingnya perlindungan konsumen dan keselamatan pengguna.⁸
5. Dalam jurnal karya Muhammad Syarif Hidayatullah yang berjudul “*Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Padjadjaran Bandung*”. Masalah yang

Perlindugnan Konsumen (Studi Kasus Pada Swalayan Gampong Kopelma Darussalam Kota Banda Aceh)’, no. 8 (2019).

⁸ Anu nuryani, ‘Jual Beli Kosmetik Tanpa Label BPOM Dalam Tinjauan Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam (Studi Kasus Di Toko Ratna Desa Kiringan Kecamatan Takeran Kabupaten Magetan)’, 2024.

dibahas dalam skripsi ini adalah bagaimana tanggapan konsumen muslim yaitu mahasiswa Universitas Padjadjaran Bandung mengenai labelisasi Halal, dan bagaimana pengaruh labelisasi Halal tersebut terhadap keputusan pembelian makanan dalam kemasan pada mahasiswa fakultas Ekonomi Universitas Padjadjaran Bandung. Dari penelitian yang dilakukan diketahui bahwa Labelisasi Halal memiliki pengaruh Positif terhadap keputusan produk makanan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Padjadjaran Bandung.⁹

Berdasarkan beberapa telaah psutaka yang telah dipaparkan, terdapat pembahasan mengenai jual beli, namun belum ada yang meneliti secara lebih rinci mengenai terhadap jual beli produk *hair powder* yang fokusnya mengenai labelisasi terutama pada kandungan produk dan peraturan BPOM-nya, oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut mengenai praktik jual beli produk *hair powder* tanpa labelisasi kandungan dan peraturan BPOM-nya sebagai bahan penelitian. Selanjutnya, harapan peneliti terhadap seluruh masyarakat maupun konsumen agar memiliki kesadaran dalam kegiatan jual beli sehingga tidak ada pihak yang dirugikan terlebih merugikan diri sendiri.

F. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Pendekatan

⁹ Hidayatullah, M. S. (n.d.). Pengaruh Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi

ini dipilih karena permasalahan yang diteliti berkaitan langsung dengan praktik jual beli produk *hair powder whitelabel* yang terjadi secara nyata di masyarakat, khususnya melalui platform digital seperti Shopee. Penulis melakukan pengamatan terhadap praktik yang berlangsung, serta menggali informasi dari pelaku usaha yang terlibat dalam jual beli tersebut.

Fokus penelitian ini adalah memahami secara mendalam bagaimana praktik jual beli *whitelabel* dilakukan oleh pihak-pihak terkait, seperti yang dilakukan oleh Pak Ferry, pemilik Barbershop Kota yang membeli produk tanpa label dari Shopee dan menjualnya kembali dengan merek sendiri tanpa mengetahui kandungan dan legalitas produk. Maka, pendekatan kualitatif dipandang paling relevan untuk penelitian ini secara menyeluruh. Metode penelitian yang penulis gunakan yaitu :

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan(*field research*), yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung di lokasi tempat praktik jual beli produk berlangsung. Penulis mendatangi pelaku usaha untuk menggali data melalui wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini bertujuan mendapatkan gambaran faktual mengenai praktik jual beli produk *hair powder* yang belum mencantumkan informasi penting seperti kandungan, izin edar BPOM, dan label halal.

Pendekatan yang digunakan adalah penelitian empiris, yaitu pendekatan yang menjelaskan fenomena sosial dan hukum secara naratif berdasarkan data empiris

yang dikumpulkan di lapangan. Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif untuk mengetahui bagaimana praktik ini dipandang dalam perspektif Peraturan BPOM No. 18 Tahun 2024 dan Hukum Islam yang menekankan pentingnya keterbukaan informasi, kejujuran dalam transaksi, serta larangan *gharar* dan *tadlis*.¹⁰

2. Sumber dan Jenis Data

Dalam penelitian ini, data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder, yang diperoleh dari berbagai sumber yang relevan dengan permasalahan yang diteliti. Khusus untuk data sekunder, penulis mengacu pada tiga jenis bahan hukum yang digunakan dalam penelitian hukum, yaitu bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier. Berikut penjelasannya secara deskriptif::

a. Sumber Data Primer

Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah salah satu reseller produk *hair powder* serta melalui kegiatan mengamati praktik jual beli produk *hair powder whitelabel*.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh seorang peneliti secara tidak langsung dari sumbernya atau data yang diperoleh dari sumber kedua. Data sekunder sendiri meliputi tiga bahan hukum, yaitu:

1) Bahan hukum primer

¹⁰ Dr.Solikin Nur, *Buku Pengantar Penelitian Hukum*, 2021.hal 101

Sumber hukum utama digunakan yaitu bahan hukum yang memiliki kekuatan mengikat secara hukum. Dalam konteks penelitian ini, bahan hukum primer yang digunakan meliputi:

- a) Peraturan BPOM Nomor 18 Tahun 2024 tentang Penandaan, Promosi, dan Iklan Kosmetik, yang menjadi dasar hukum positif dalam menilai legalitas dan persyaratan teknis produk *hair powder*.
- b) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang menjadi acuan dalam mengevaluasi hak dan kewajiban pelaku usaha serta perlindungan terhadap konsumen.
- c) Al-Qur'an dan Hadis, khususnya ayat-ayat dan hadis-hadis yang berkaitan dengan prinsip jual beli dalam Islam, termasuk larangan terhadap praktik *gharar* dan *tadlis*.

Bahan hukum primer diatas digunakan untuk membandingkan realitas praktik jual beli yang terjadi di lapangan dengan norma hukum yang berlaku, baik dalam Hukum Positif maupun perspektif Hukum Islam.

2) Bahan hukum sekunder

Bahan hukum yang berfungsi menjelaskan dan menganalisis bahan hukum primer. Dalam penelitian ini, bahan hukum sekunder yaitu:

- a) Buku-buku literatur yang membahas teori jual beli, fiqh muamalah, perlindungan konsumen.
 - b) Skripsi dan jurnal yang relevan, seperti penelitian terdahulu mengenai produk tanpa label, jual beli produk kosmetik, dan perspektif Hukum Islam terhadap barang yang tidak diketahui kandungannya.
 - c) Jurnal ilmiah dan artikel yang membahas praktik *e-commerce*, regulasi kosmetik. Bahan hukum sekunder diatas digunakan sebagai landasan teoritis untuk memperkuat analisis data lapangan, serta hasil penelitian dalam kerangka kajian akademik.
3. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Penulis melakukan wawancara terstruktur kepada salah satu pelaku usaha yaitu, Pak Ferry seorang pemilik Barbershop Kota yang sekaligus menjadi reseller produk *hair powder*. Wawancara dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah disusun sebelumnya dan bertujuan untuk menggali informasi terkait proses pembelian produk, alasan penggunaan sistem *whitelabel*, serta pengetahuan terhadap legalitas seperti izin edar BPOM. penjelasan terhadap keamanan dan perhatian terhadap informasi label pada kemasan.

b. Observasi

Dalam penelitian ini, teknik observasi digunakan untuk mengumpulkan data mengenai praktik jual beli produk *hair powder* white label yang dilakukan oleh pelaku usaha, khususnya Pak Ferry selaku pemilik barbershop.

c. Dokumentasi

Teknik dokumentasi yang dilakukan penulis dengan mengumpulkan berbagai bentuk bukti visual yang mendukung temuan di lapangan. Penulis mendokumentasikan **foto produk** *hair powder* yang digunakan dalam praktik *whitelabel*, label kemasan buatan sendiri yang digunakan oleh reseller, serta **tangkapan layar (screenshot)** dari laman produk di platform Shopee tempat produk tersebut dibeli. penulis juga mencatat atau meminta data penjualan sebagai pelengkap untuk melihat seberapa besar peredaran produk tersebut.

4. Analisis Data

Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu dengan menjelaskan data yang diperoleh dari wawancara, dan dokumentasi secara sistematis. Analisis ini bertujuan untuk memahami secara mendalam praktik jual beli produk *hair powder whitelabel* dari sudut pandang hukum positif dan Hukum Islam. Proses analisis dilakukan melalui tiga tahap utama, yaitu:¹¹

a. Reduksi Data

¹¹ Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian*, 2022. Hal 89

Tahap pertama dalam analisis data adalah reduksi data, yaitu proses pemilihan data yang muncul dari catatan lapangan. Dalam tahap ini, peneliti mendapatkan informasi yang diperoleh dari pengamatan pada aplikasi Shopee dan hasil wawancara dengan reseller Pak Ferry serta regulasi BPOM dengan fokus penelitian.. Reduksi dilakukan untuk menemukan pola umum dan temuan penting terkait ketidaktahuan pelaku usaha terhadap kandungan produk, tidak sesuai dalam pelabelan, serta dampak terhadap konsumen.

b. Penyajian Data

Tahap berikutnya adalah penyajian data, data yang telah direduksi disusun dalam bentuk narasi deskriptif. Narasi ini disusun berdasarkan fokus permasalahan, seperti: (1) cara pelaku usaha memperoleh dan menjual produk *hair powder*, (2) kondisi produk yang tidak mencantumkan label kandungan dan izin edar, serta (3) respons dan pengalaman konsumen terhadap produk yang digunakan. Penyajian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang mudah dipahami mengenai bagaimana praktik jual beli ini berlangsung di lapangan.

c. Kesimpulan

Tahap akhir adalah penarikan kesimpulan, yang dilakukan dengan menginterpretasikan seluruh data yang telah disajikan untuk menjawab

rumusan masalah. Kesimpulan disusun berdasarkan temuan lapangan yang dikaitkan dengan ketentuan hukum positif, khususnya Peraturan BPOM No. 18 Tahun 2024, dan prinsip-prinsip dalam Hukum Islam seperti kejujuran (*ṣidq*), transparansi, serta larangan *gharar* dan *tadlis*. Proses dilakukan dengan membandingkan berbagai sumber data untuk memastikan validitas dan konsistensi temuan, sehingga kesimpulan yang dihasilkan benar-benar mencerminkan kondisi empiris yang ada.z

G. Sistematikan Penelitian

Dalam penulisan skripsi yang sistematis, penyusunan dilakukan dalam beberapa bab, sebagaimana dijelaskan berikut :

BAB I : Pada bab pertama berisi mengenai pendahuluan yang membahas gambaran umum tentang penelitian yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian teori, metode penelitian, teknik pengumpulan data, dan sistematika penulisan.

BAB II : Pada bab dua ini membahas mengenai landasan teori, yakni jual beli, Perlindungan Konsumen.

BAB III : Pada bab ketiga ini berisi mengenai data dan informasi yang ditemukan dalam hasil penelitian tentang gambaran umum produk *hair powder*, regulasi BPOM dan praktik jual beli produk *hair powder whitelabel* tersebut.

BAB IV : Pada bab ini membahas tentang analisis perlindungan ponsumen terhadap jual beli *hair powder* yang

sesuai BPOM dan tinjauan Hukum Islam terhadap praktik jual beli produk *whitelabel*.

BAB V : Pada bab ini merupakan bab terakhir, berisi penutup dari skripsi ini, kesimpulan dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI JUAL BELI DAN PERLINDUNGAN KONSUMEN

A. Jual Beli

1. Pengertian Jual Beli

Jual beli dalam istilah fiqh disebut *al-bai* yang artinya menjual sesuatu, menghibahkan, dan menukar dengan sesuatu yang lain. Dalam bahasa Arab istilah *asy-syira* atau membeli sering digunakan untuk menunjukkan kebalikannya.¹ Dengan demikian, istilah *al-bai* berarti membeli. Jual beli juga dapat diartikan sebagai kegiatan tukar menukar yang melibatkan pembandingan satu barang dengan barang lain melalui proses akad. jual beli tidak hanya dilakukan dengan cara barter barang dengan barang lain, tetapi juga dilakukan dengan cara tukar menukar barang dengan uang.²

Secara bahasa, jual beli diartikan sebagai kegiatan tukar menukar barang dengan sesuatu yang lain. Beberapa sumber juga menyebutkan bahwa menjual berarti memberikan sesuatu dengan adanya imbalan tertentu. Kata *al-bai'* (jual) dan *syara'* (beli) sering digunakan dalam konteks yang sama, meskipun keduanya memiliki makna yang bertolak belakang. Dengan demikian, secara bahasa, jual beli dapat

¹ Siti Choiriyah, ‘*Muamalah Jual Beli Dan Selain Jual Beli*’, CDAC STAIN Surakarta, 2009, hal 93.

diartikan sebagai proses menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain.³

Menurut Hanafiah pengertian jual beli (*al-bai*) secara definisi yaitu tukar menukar harta benda atau sesuatu yang diinginkan dengan sesuatu yang sepadan melalui cara tertentu yang bermanfaat. Cara yang dimaksud adalah dengan *ijab* dan *qabul*, atau juga dengan memberikan barang dan menetapkan harga antara penjual dan pembeli. Adapun menurut Malikiyah, Syafi'iyah, dan Hanabilah, bahwa jual beli, yaitu tukar menukar harta dengan harta pula dalam bentuk pemindahan milik dan kepemilikan.⁴

Berdasarkan pemaparan berbagai definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa jual beli adalah perjanjian tukar menukar harta dengan harta yang mempunyai manfaat dengan cara tertentu berdasarkan ketentuan yang telah dibenarkan syara' untuk tujuan kepemilikan

2. Dasar Hukum Jual Beli

Dasar hukum jual beli ada tiga, yaitu

a) Alquran

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَوًا لَا يَقُولُونَ إِلَّا كَمَا يَقُولُ
الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَنُ مِنَ الْمَسْقُ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ
قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَوِ وَأَخْلَقَ اللَّهُ الْبَيْعَ

³ Muhammad Deni Putra, 'Jual Beli Online Berbasis Media Sosial Dalam Perspektif Hukum Islam', *Shariah Economic Research*, 3.1 (2019), hal 83–103.

⁴ Koko Khaerudin and Hariman Surya Siregar, *Fiqih Mu'amalah Teori Dan Implementasi*, Pt Remaja Rosdakarya, 2019.

وَحَرَّمَ الرِّبُوُّ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّنْ رَّبِّهِ
فَأَنْتَهِي فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ
عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَبُ النَّارِ هُمْ فِيهَا

خِلْدُونَ ٢٧٥

Artinya “Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhananya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya” Q.S AL-Baqarah 275

Dari ayat tersebut diatas, telah memberikan pengertian bahwa Allah telah menghalalkan jual beli kepada hambanya dengan baik dan dilarang mengadakan jual beli yang mengandung unsur riba, atau merugikan orang lain. Firman Allah dalam surat An-Nisa’ ayat 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا
آمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً

عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنفُسَكُمْ إِنَّ

الله كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” Q.S AN-Nisa 29

Ayat diatas menjelaskan larangan memakan harta sesama dengan jalan yang bathil kecuali dengan jalan perniagaan atau jual beli yang didasari atas suka sama suka yaitu kerelaan antara penjual dan pembeli tanpa adanya paksaan antara keduanya. Allah melarang umat-Nya untuk berbuat riba, *gharar*, maysir, dan sejenisnya. “Perkataan suka sama suka” dalam ayat di atas yang menjadi dasar jual beli haruslah kehendak sendiri tanpa ada unsur paksaan atau tekanan dari pihak lain. Jual beli haruslah sesuai dengan syariat yang telah berlaku dalam Islam seperti yang suda dijelaskan dalam surah An-Nisaa“ tersebut.⁵

b) Hadits

أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ قَالَ: ثَلَاثٌ
 فِيهِنَّ الْبَرَكَةُ: الْبَيْعُ إِلَى أَجَلٍ، وَالْمُقَارَضَةُ،
 وَخَلْطُ الْبُرِّ بِالشَّعْرِ لِلْبَيْعِ لَا لِلْبَيْعِ
 (رواه ابن ماجه عن صحيب)

Nabi bersabda, ‘Ada tiga hal yang mengandung berkah: jual beli tidak secara tunai, peminjaman, dan mencampur gandum dengan jowawut untuk keperluan rumah tangga, bukan untuk dijual.’’’ (HR. Ibnu Majah dari Shuhayib).

قَيْلَ يَا رَسُولَ اللَّهِ أَيُّ الْكَنْبِ أَطْيَبُ قَالَ عَمَلُ
 الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ

Ada yang bertanya pada Nabi shallallahu ‘alaihi wa sallam: “Wahai Rasulullah, mata pencaharian apakah yang paling baik?” Beliau bersabda, “Pekerjaan seorang laki-laki dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang mabru (diberkahi).” (HR. Ahmad, Ath Thobroni, dan Al Hakim. Syaikh Al Albani mengatakan bahwa hadits ini shahih).

الْعَادَةُ مُحَكَّمَةٌ مَا لَمْ تُخَالِفِ الشَّرْعَ

Artinya: “Kebiasaan dapat dijadikan hukum, selama tidak bertentangan dengan syariat.”

c) Ijma

Ijma merupakan kesepakatan dari mayoritas mujtahidin diantara orang Islam pada suatu masa

setelah wafatnya Rasulullah SAW, Kaidah yang telah diuraikan bahwa jual beli diperbolehkan dengan alasan bahwa manusia tidak akan mampu mencukupi kebutuhan dirinya, tanpa bantuan orang lain, bantuan atau barang milik orang lain yang dibutuhkannya itu, harus diganti dengan barang lainnya yang sesuai. Dari isi kandungan Al-Quran serta hadis Nabi, para ulama mengatakan bahwa hukum asal jual beli adalah mubah atau jawaz apabila terpenuhi syarat dan rukunnya. Tetapi pada situasi tertentu, hukum bisa berubah menjadi wajib. Ulama telah sepakat bahwa jual beli diperbolehkan dengan alasan bahwa manusia tidak akan mampu memenuhi kebutuhan hidupnya, tanpa bantuan dari orang lain. Namun dengan demikian, bantuan atau barang milik orang lain yang dibutuhkannya itu, harus diganti dengan barang yang lainnya yang sesuai. Kebutuhan manusia untuk mengadakan transaksi jual beli sangat urgen, dengan transaksi jual beli seseorang mampu untuk memiliki barang orang lain yang diinginkan tanpa melanggar batasan syari'at. Oleh karena itu, praktik jual beli yang dilakukan manusia semenjak masa Rasulullah saw, hingga saat ini menunjukan bahwa umat telah sepakat akan disyariatkannya jual beli⁶

⁶ Putra, 'Jual Beli Online Berbasis Media Sosial Dalam Perspektif Hukum Islam'.

3. Rukun dan Syarat Jual Beli

Rukun jual beli menurut ulama Hanafiyah hanya satu, yaitu ijab (*ungkapan membeli dari pembeli*) dan Kabul (*ungkapan menjual dari penjual*). Adapun yang menjadi rukun dalam jual beli itu hanyalah kerelaan (*ridha/taradhi*) kedua belah pihak untuk melakukan transaksi jual beli. Akan tetapi, karena unsur kerelaan itu merupakan unsur hati yang sulit diindra sehingga tidak kelihatan, maka diperlukan indikasi yang menunjukkan kerelaan itu dari kedua belah pihak. Indikasi yang menunjukkan kerelaan kedua belah pihak yang melakukan transaksi jual beli menurut mereka boleh tergambar dalam ijab dan Kabul, atau melalui cara saling memberikan barang dan harga barang.⁷

Adapaun syarat-syarat jual beli didalam islam sebagai berikut:

- a. Penjual dan pembeli sebagai pelaku bertransaksi
Pihak-pihak yang melakukan transaksi jual beli, yang terdiri dari penjual dan pembeli. Baik itu merupakan pemilik asli,maupun orang lain yang menjadi wali/wakil dari sang pemilik asli. Sehingga ia memiliki hak dan otoritas untuk mentransaksikannya Objek akad (*ma'qud 'alaiah*).⁸
- b. Objek jual beli

⁷ M. Yazid Affandi, *Fiqh Muamalah Dan Implementasinya Dalam Lembaga Keuangan Syari'ah*. hal 53

⁸ Choiriyah, 'Muamalah Jual Beli Dan Selain Jual Beli'.

Barang yang diperjualbelikan. Syarat dari objek tersebut ialah harus suci, bermanfaat, tidak dibatasi waktunya, keadaan barang yang dioerjualbelikan dapat diserahterimakan, barang adalah milik penjual. Sedangkan objek mudharabah dan musyarakah adalah modal dan kerja.

c. Shighat(*Ijab Qabul*)

Ijab qabul merupakan kesepakatan dari para pelaku dan menunjukkan mereka saling ridha. Tidak sah suatu transaksi apabila salah satu pihak ada yang terpaksa melakukannya dan akad menjadi batal.

Syarat sah jual beli terbagi kepada dua bagian, yaitu syarat umum dan syarat khusus.⁹ Syarat umum adalah syarat yang harus ada pada setiap jenis jual beli agar jual beli tersebut dianggap sah menurut syara'. Secara umum akad jual beli harus terhindar dari enam macam aib':

a) Ketidakjelasan(*Al-jahalah*),

Ketidakjelasan yang serius yang mendatangkan perselisihan yang sulit untuk diselesaikan. Ketidakjelasan ini ada empat macam yakni, ketidakjelasan dalam barang yang dijual, baik jenisnya, macamnya, atau kadarnya menurut

- pandangan pembeli. ketidakjelasan harga; ketidakjelasan masa langkah penjaminan.¹⁰
- b) Pemaksaan(*Al-Ikrah*),
Mendorong orang lain yang dipaksa untuk melakukan suatu perbuatan yang tidak disukainya.
 - c) Pembatasan dengan waktu(*At-Tauqit*),
Jual beli dengan dibatasi waktunya. Seperti “saya jual baju ini kepadamu selama satu bulan atau satu tahun”. Jual beli semacam ini hukumnya fasid, karena kepemilikan atas suatu barang tidak bisa dibatasi waktunya.
 - d) Penipuan(*Al-Gharar*),
Penipuan dalam sifat barang. Seperti seseorang menjual sapi dengan pernyataan bahwa sapi itu air susunnya sehari sepuluh liter, padahal kenyataannya paling banyak dua liter, akan tetapi apabila ia menjualnya dengan pernyataan bahwa air susunnya lumayan banyak tanpa menyebutkan kadarnya maka termasuk syarat yang shahih. Akan tetapi, apabila *gharar* pada wujud barang ini maka membantalkan jual beli.
 - e) Kemudharatan(*Adh-Dharar*),
Kemudharatan ini terjadi apabila penyerahan barang yang dijual tidak mungkin dilakukan kecuali dengan memasukkan kemudharatan kepada penjual, dalam barang selain objek akad. Seperti seseorang menjual baju satu meter, yang

¹⁰ Prof. Dr. Abdul Aziz Azzam Muhammad, *Fiqh Muamalat Sistem Transaksi Dalam Fiqh Islam* (AMZAH, 2014).

tidak bisa dibagi dua. Dalam pelaksanaannya terpaksa baju tersebut di potong walaupun hal itu merugikan penjual. Dikarenakan kerusakan ini untuk menjaga hak perorangan, bukan hak syara' maka para fuqaha menetapkan, apabila penjual melaksanakan kemudharatan atas dirinya, dengan cara memotong baju dan menyerahkannya kepada pembeli maka akad berubah menjadi shahih.

f) Syarat yang merusak,

Syarat yang ada manfaatnya bagi salah satu pihak yang bertransaksi tetapi syarat tersebut tidak ada dalam syara' dan adat kebiasaan atau tidak dikehendaki oleh akad, atau tidak selaras dengan tujuan akad. Seperti seseorang menjual mobil dengan syarat ia (penjual) akan menggunakannya selama satu bulan setelah terjadinya akad jual beli, atau seseorang menjual rumah dengan syarat ia (penjual) boleh tinggal dirumah itu selama masa tertentu setelah terjadinya akad jual beli.

4. Macam-macam Jual Beli

Jual beli yang dilarang terbagi dua: Pertama, jual beli yang dilarang dan hukumnya tidak sah (batal), yaitu jual beli yang tidak memenuhi syarat dan rukunnya. Kedua, jual beli yang hukumnya sah tetapi dilarang, yaitu jual beli yang telah memenuhi syarat dan rukunnya, tetapi ada beberapa faktor yang menghalangi kebolehan proses jual beli.¹¹

¹¹ Namirah Nazwa Kinanty and Salsabila, 'Jual Beli Menurut Islam', *Journal Of Economics Business Ethic and Science Histories*, I.1 (2023), hal 95–

- 1) Jual beli terlarang karena tidak memenuhi syarat dan rukun. Bentuk jual beli yang termasuk dalam kategori ini sebagai berikut:
 - a. Jual beli barang yang zatnya haram, najis, atau tidak boleh diperjualbelikan. Barang yang najis atau haram dimakan haram juga untuk diperjualbelikan, seperti babi, berhala, bangkai, dan khamar (minuman yang memabukkan).¹²
 - b. Jual beli yang belum jelas Sesuatu yang bersifat spekulasi atau samar-samar haram untuk diperjualbelikan, karena dapat merugikan salah satu pihak, baik penjual atau pembeli. Yang dimaksud samar-samar adalah tidak jelas, baik barangnya, harganya atau ketidakjelasan lainnya.
 - c. Jual beli bersyarat Jual beli yang ijab kabulnya dikaitkan dengan syarat-syarat tertentu yang tidak ada kaitannya dengan jual beli atau ada unsur unsur yang merugikan dilarang oleh agama.
 - d. Jual beli yang menimbulkan kemadharatan Segala sesuatu yang dapat menimbulkan kemadharatan, kemaksiatan, bahkan kemosyrikan dilarang untuk diperjual-

100

<https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=jual+beli+menurut+islam&btnG=>.

¹² Kinanty and Salsabila, ‘Jual Beli Menurut Islam’.

belikan, seperti jual beli patung, salib dan buku bacaan porno. Memperjualbelikan barang-barang ini dapat menimbulkan perbuatan-perbuatan maksiat. Sebaliknya dengan dilarnangnya jual beli barang ini, maka hikmah yang didapa mencegah dan menjauhkan manusia dari perbuatan dosa.

- e. Jual beli yang dilarang karena dianaya Segala bentuk jual beli yang mengakibatkan penganiayaan hukumnya haram, seperti menjual anak binatang yang masih membutuhkan kepada induknya. Menjual binatang seperti ini, selain memisahkan anak dari induknya juga melakukan penganiayaan terhadap anak binatang.¹³
- f. Jual beli muhawalah Menjual tanam-tanaman yang masih disawah atau di ladang. Hal ini dilarang agama karena jual beli ini masih samar-samar (tidak jelas) dan mengandung tipuan.
- g. Jual beli mukhdharah Menjual buah-buahan yang masih hijau(belum pantas dipanen). Seperti menjual rambutan yang masih hijau. Mangga yang masih kecil-kecil hal ini dilarang agama karena barang ini masih samar, dalam artian

¹³ Muhsin Arafat and others, ‘Jual Beli Fasid Menurut Imam Abu Hanifah’, *Journal of Indonesian Comparative of Syari’ah Law*, 4.2 (2021), hal 185–95.

mungkin saja buah ini jatuh tertius angin kencang dan layu sebelum diambil oleh pembelinya.

h. Jual beli mulasamah

Jual beli secara sistem menyentuh. Misalnya, seseorang menyentuh sehelai kain dengan tangannya di waktu malam atau siang hari maka orang yang menyentuh berarti telah membeli kain tersebut. Hal ini dilarang agama karena mengandung tipuan dan kemungkinan akan menimbulkan kerugian dari salah satu pihak.

i. Jual beli munabazah

Jual beli secara lempar-melempar Seperti seseorang berkata: "Lemparkan kepadaku apa yang ada padamu, nanti kulemparkan pula kepadamu apa yang ada padaku. Setelah terjadi lempar melempar terjadilah jual beli. Hal ini dilarang agama karena mengandung tipuan dan tidak ada ijab kabul

j. Jual beli muzabahanah

menjual buah yang basah dengan buah yang kering. Seperti menjual padi kering dengan bayaran padi basah sedang ukurannya dengan ditimbang (dikilo) sehingga akan merugikan pemilik padi kering.

2) Jual beli terlarang karena ada faktor lain yang merugikan pihak-pihak terkait.¹⁴

- Jual beli dari orang yang masih dalam tawar menawar

Apabila ada dua orang masih tawar-menawar atas sesuatu barang, maka terlarang bagi orang lain membeli barang itu, sebelum penawar pertama diputuskan,

- Jual beli dengan menghadang dagangan di luar kota

Maksudnya adalah menguasai barang sebelum sampa pasarn agar dapat membelynanya dengan harga murah, sehingga ia kemudian menjual di pasar dengan harga yang juga murah. Tindakan ini dapat merugikan para pedagang terutama yang belum mengetahui harga pasar.¹⁵ Jual beli seperti ini dilarang karena dapat mengganggu kegiatan patar meskipun akadnya sah. Membeli barang dengan memborong untuk ditimbun.

kemudian akan dijual ketika harga naik karena kelangkaan barang tersebut. Jual beli seperti ini dilarang karena menyiksa pihak pembeli disebabkan mereka tidak memperoleh barang keperluannya saat harga

¹⁴ Kinanty and Salsabila, ‘Jual Beli Menurut Islam’.

¹⁵ Koko Khaerudin and Siregar, *Fiqh Mu’amalah Teori Dan Implementasi*.

masih standar. Dalam kaitan ini Rasulullah saw. bersabda:

- c. Jual beli barang rampasan atau curian
- Jika si pembeli telah tahu bahwa barang itu barang curion/rampasan, maka keduanya telah bekerja sama dalam perbuatan dosa. Oleh karena itu, jual beli semacam ini dilarang. Nabi saw, bersabda:

5. Prinsip-prinsip Jual Beli

Prinsip-prinsip jual beli sebagai berikut:

- a) Prinsip ketuhanan(*Tauhid*)

Prinsip ini menanamkan kesadaran bahwa segala sesuatu adalah milik Allah dan setiap aktivitas manusia senantiasa berada dalam pengawasannya. Maka, transaksi jual beli tidak semata-mata dilakukan untuk meraih keuntungan materi semata, melainkan juga sebagai sarana untuk memperoleh keberkahan dalam menghadapi kehidupan di akhirat.

- b) Prinsip Kerelaan

Dalam praktik jual beli, prinsip saling rela tercermin melalui pelaksanaan akad *ijab* dan *qabul* yang dilakukan secara sukarela, tanpa adanya unsur paksaan, intimidasi, penipuan. Secara teknis, implementasi prinsip ini menuntut agar setiap pihak yang bertransaksi memberikan informasi secara lengkap dan akurat guna

menghindari terjadinya kerugian antara pihak bertransaksi.¹⁶

c) Prinsip Kemanfaatan

Kegiatan jual beli seharusnya memberikan manfaat bagi seluruh pihak yang terlibat dalam transaksi. Manfaat tersebut dapat berasal dari barang atau objek yang diperjualbelikan, maupun dari hasil keseluruhan proses jual beli itu sendiri. Dengan demikian, barang yang menjadi objek transaksi harus memberikan nilai kemaslahatan bagi manusia, bukan sebaliknya justru menimbulkan kerusakan.

d) Prinsip Keadilan

Prinsip keadilan dalam transaksi jual beli tercermin melalui sikap saling menjunjung kejujuran dan tidak saling menzalimi. Penjual dituntut untuk bersikap adil terhadap seluruh pembeli, begitu pula sebaliknya. Selain itu, penerapan prinsip keadilan juga mencakup penetapan harga yang wajar serta menghindari praktik-praktik yang bersifat monopoli atau merugikan salah satu pihak.¹⁷

e) Prinsip Kejujuran

Penerapan prinsip kejujuran dalam transaksi jual beli diwujudkan melalui penyampaian informasi yang objektif, benar, apa adanya, dan menyeluruh

¹⁶ Fitratul Mubaraq and Awaluddin Hidayat, ‘Pendidikan Jual Beli Dalam Perspektif Islam’, no. 1 (2024), hal 150–65.

¹⁷ Kinanty and Salsabila, ‘Jual Beli Menurut Islam’.

mengenai barang atau jasa yang ditawarkan. Konsekuensi dari penerapan prinsip ini adalah larangan terhadap segala bentuk penipuan, baik yang dilakukan secara lisan maupun perbuatan. Prinsip kejujuran ini ditegaskan oleh Allah dalam Surah *al-Muthaffifin* ayat 1–3, yang secara tegas memberikan ancaman kepada siapa pun yang berlaku curang dalam menakar dan menimbang.

f) Prinsip Kebebasan

Prinsip kebebasan merujuk pada kebolehan seseorang untuk mengambil tindakan atau keputusan selama tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariat Islam. Dalam praktik jual beli, prinsip ini diwujudkan melalui adanya hak dan kesempatan bagi para pihak untuk memilih, yang dikenal dalam fikih muamalah dengan istilah *khiyar*. Dalam konteks jual beli, *khiyar* merupakan kondisi yang memberikan hak kepada pihak yang berakad (*'aqid*) untuk melanjutkan atau membatalkan akad tersebut.

g) Prinsip Akhlak/Etika

Prinsip ini mencerminkan pengamalan sifat-sifat utama para nabi dan rasul dalam setiap aktivitas ekonomi, yakni *sidiq* (jujur), *amanah* (dapat dipercaya), *tabligh* (menyampaikan kebenaran), dan *fathanah* (cerdas dan berilmu). Akhlak merupakan inti dari kehidupan Islami, termasuk dalam bidang ekonomi. Seorang Muslim tidak dibenarkan untuk bertindak sesuka hati atau

semata-mata mengejar keuntungan dalam menjalankan usaha dan mengelola harta yang dimilikinya, Secara umum, prinsip akhlak atau etika dalam transaksi mencakup seluruh perilaku baik yang tidak merugikan pihak mana pun, seperti kejujuran, menjauhi sumpah palsu, tidak terlibat dalam perjudian, serta dapat dipercaya dalam menjalankan tanggung jawab.

6. Jual Beli Produk Dalam Islam

Dalam Islam, produk (*al-muntaj*) merupakan hasil dari suatu proses produksi yang dapat berupa barang atau jasa, yang memiliki nilai manfaat dan diperoleh melalui cara yang halal. Produk dianggap sah dan layak dikonsumsi atau digunakan apabila memenuhi kriteria kehalalan, thayyib (baik), serta tidak membahayakan konsumen.

Menurut M.Suyanto, produk adalah segala sesuatu yang baik berupa barang/jasa yang dapat ditawarkan untuk kebutuhan atau keinginan suatu individu. Pemberian kepuasan kebutuhan dan keinginan individu tersebut dapat dilakukan dengan produk. Istilah lain produk adalah penawaran. Produk dalam pengertian luas merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk daya tarik, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang bisa memuaskan keinginan dan kebutuhan.

Karakteristik Produk dalam islam Menurut perspektif ekonomi Islam, sebuah produk yang diperjualbelikan harus memenuhi syarat berikut:

- a) Halal secara zat dan proses, produk tidak mengandung unsur haram (misal: babi, alkohol), serta proses produksinya juga harus halal (tanpa riba, penipuan, atau eksploitasi).
- b) Bermanfaat, produk harus memiliki manfaat bagi pengguna dan tidak merugikan.
- c) Jelas identitas dan sifatnya (*ma'lum*), produk yang diperdagangkan harus dijelaskan secara rinci, seperti jenis, kualitas, ukuran, dan asal usulnya.
- d) Tidak merugikan (*gharar*), produk tidak boleh mengandung unsur penipuan, ketidakjelasan, atau spekulasi.

Dalam Islam, kegiatan ekonomi tidak terbatas pada upaya mencari kekayaan dan kemakmuran, tetapi juga terkait erat dengan prinsip keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab sosial yang bersumber dari pendidikan syariah. perilaku konsumen sebagai komponen prinsip perlindungan terhadap kebutuhan masyarakat umum.

- a) Hak atas informasi yang benar dan jelas,
Konsumen berhak untuk mendapatkan informasi yang akurat, lengkap, dan jujur tentang produk atau jasa yang akan dibeli atau digunakan. Informasi ini harus mudah dipahami dan tidak menyesatkan.
- b) Hak untuk mendapatkan barang atau jasa sesuai perjanjian,
Konsumen berhak untuk mendapatkan barang atau jasa yang sesuai dengan perjanjian atau

spesifikasi yang telah disepakati dengan penjual atau penyedia jasa.

- c) Hak untuk diperlakukan secara adil,
Konsumen berhak untuk diperlakukan secara adil dan tidak diskriminatif dalam transaksi. Hak ini termasuk hak untuk dilayani dengan baik, tidak dipaksa untuk membeli produk atau jasa yang tidak diinginkan, dan tidak diperlakukan berbeda karena latar belakang atau identitasnya.
- d) Hak untuk mendapatkan kompensasi atau ganti rugi,
Jika terjadi pelanggaran hak-hak konsumen atau barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian, konsumen berhak untuk mendapatkan kompensasi atau ganti rugi yang sesuai.
- e) Hak untuk penyelesaian sengketa,
Konsumen juga berhak untuk mendapatkan bantuan penyelesaian sengketa yang adil dan efisien jika terjadi masalah dalam transaksi.
- f) Hak untuk mendapatkan perlindungan dari penyalahgunaan,
Konsumen berhak untuk dilindungi dari tindakan penyalahgunaan atau penipuan yang dilakukan oleh penjual atau penyedia jasa.
- g) Hak untuk didengar pendapat dan keluhan,
Konsumen berhak untuk menyampaikan pendapat atau keluhannya tentang produk atau jasa yang digunakan.

- h) Hak untuk pembinaan dan pendidikan konsumen,

Konsumen berhak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan tentang hak-hak konsumen dan cara melindungi diri dari praktik yang merugikan.

B. BPOM

1. Pengertian BPOM

Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) adalah lembaga pemerintah non-kementerian yang memiliki fungsi utama dalam mengawasi peredaran obat, makanan, kosmetik, dan produk lainnya yang terkait langsung dengan kesehatan masyarakat. BPOM bertanggung jawab kepada Presiden dan berperan memastikan agar produk yang beredar aman, bermutu, dan bermanfaat bagi konsumen.¹⁸

BPOM adalah singkatan dari Badan Pengawas Obat dan Makanan. Lembaga ini merupakan lembaga pemerintah non-kementerian di Indonesia yang bertugas mengawasi dan mengatur peredaran obat-obatan, makanan, kosmetik, dan produk kesehatan lainnya. BPOM memiliki tujuan utama untuk melindungi masyarakat dari bahaya yang mungkin timbul akibat penggunaan produk-produk tersebut.

Menurut Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2017 tentang Badan Pengawas Obat dan Makanan, BPOM memiliki tugas melaksanakan

¹⁸ Kepala Badan, Pengawas Obat, and dan Makanan, ‘Peraturan BPOM No.18 Tahun 2024 Tentang Penandaan, Promosi, Dan Iklan Kosmetik’, 2024.

tugas pemerintahan di bidang pengawasan obat dan makanan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

2. Tujuan dan Fungsi BPOM

BPOM memiliki tujuan untuk melindungi masyarakat dari konsumsi produk yang berisiko terhadap kesehatan, serta memastikan bahwa produk yang beredar telah memenuhi standar keamanan, mutu, dan manfaat. Adapun fungsi-fungsi utama BPOM meliputi:¹⁹

- 1) Penyusunan kebijakan nasional di bidang pengawasan obat dan makanan.
 - 2) Pelaksanaan pengawasan pre-market dan post-market produk.
 - 3) Penerbitan izin edar (notifikasi) produk obat dan makanan.
 - 4) Penegakan hukum administratif terhadap pelanggaran peredaran produk.
- ## 3. Kewenangan BPOM dalam Pengawasan Produk
- BPOM ini mempunyai tugas khusus di bidang pengawasan terhadap obat dan makanan. Diantara tugas BPOM itu ialah:

- 1) Melakukan inspeksi terhadap sarana produksi dan distribusi produk.
- 2) Melakukan uji laboratorium terhadap produk.

¹⁹ Badan, Obat, and Makanan, ‘Peraturan BPOM No.18 Tahun 2024 Tentang Penandaan, Promosi, Dan Iklan Kosmetik’.

- 3) Menarik dan memusnahkan produk yang terbukti tidak memenuhi ketentuan.
- 4) Menindak secara administratif pelaku usaha yang tidak mematuhi regulasi, seperti pencabutan izin edar, denda administratif, dan lainnya.

C. Perlindungan Konsumen

1. Pengertian Perlindungan Kosnumen

Perlindungan konsumen merupakan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan konsumen memiliki cakupan pembahasan yang cukup luas, meliputi perlindungan konsumen terhadap barang dan jasa ,yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa hingga sampai pemakaian barang.²⁰

Menurut Pasal 1 angka 2 UUPK menjelaskan bahwa “Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan ajasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan pribadi, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak diperdagangkan”. Sedangkan pelaku usaha secara umum adalah orang atau badan hukum yang menghasilkan barang atau jasa dengan memproduksi barang atau jasa tersebut untuk memenuhi kebutuhan masyarakat atau konsumen dengan mencari keuntungan dari barang atau jasa tersebut.²¹

²⁰ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, 2008. hal 65

²¹ M.H. Fenny Bintarawati, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Lawwana, 2023). hal 13

Cakupan perlindungan konsumen itu dapat dibedakan dua aspek, yaitu;

- a) Perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati.
- b) Perlindungan terhadap diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen.

Adanya dasar yang jelas dalam mewujudkan kepastian hukum perlindungan konsumen, dapat diharapkan mampu mewujudkan hak-hak konsumen, selain itu pelaku usaha juga tidak memberikan perlakuan kepada konsumen secara sewenang-wenang yang dapat menimbulkan konsumen mengalami kerugian. Dasar hukum tersebut telah tertuang dalam undang-undang ri nomor 8 tahun 1999 mengenai perlindungan konsuemn.²²

2. Asas-asas Perlindungan Konsumen

Peraturan yang dibuat oleh pemerintah akan memeliki beberapa asas dalam penerbitan peraturan tersebut, karena asas hukum adalah dasar dari undang-undang dan peraturan pelaksananya. Asa hukum menurut sudikno mertokusumo menjelaskan bahwa asas hukum bukan merupakan hukum yang konkret, tetapi suatu pemikiran yang mendasar dalam bentuk abstrak dan umum, atau dapat disimpulkan sebagai latarbelakang sebuah peraturan diciptakan.²³

²² Kusumadewi Yessy and dan Grace Sharon, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta, 2022.

²³ Niru Anita Sinaga, ‘Pelaksanaan Perlindungan Konsumen Di Indonesia’, *Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara*, 5.2 (2014), hal.7

Usaha untuk mewujudkan perlindungan konsumen di Indonesia dilaksanakan berdasarkan asas-asas untuk memberikan pedoman dalam pertaurannya, pada pasal 2 Undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan Konsumen dijelaskan dalam perlindungan konsumen bahwa diharuskan mempunyai asas manfaat, asas keadilan, asas keseimbangan, asas keamanan dan keselamatan, dan asas kepastian hukum. Penjelasan mengenai asas-asas tersebut sebagai berikut:

- a) Asas manfaat merupakan asas guna memberikan himbauan bagi semua penyelenggara perlindungan konsumen untuk memberikan manfaat untuk kepentingan pelaku usaha dan konsumen.
- b) Asas keadilan merupakan asas guna memberikan partisipasi seluruh masyarakat untuk mewujudkan dan memberikan kepada pelaku usaha dan konsumen untuk memperoleh hak dan kewajiban secara adil.
- c) Asas keseimbangan merupakan asas guna memberikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha, konsumen dan pemerintah secara materiil dan spiritual.
- d) Asas keamanan dan keselamatan konsumen merupakan asas guna memberikan jaminan keselamatan dan kesamaan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan jasa yang digunakan.
- e) Asas kepastian hukum merupakan asas guna memberikan pedoman bagi pelaku usaha dan konsumen untuk menaati hukum dan memperoleh

keadilan pada penyelenggaraan perlindungan konsumen.

3. Pengertian Pelaku Usaha

Pelaku usaha menurut pasal 1 angka 3 UUPK merupakan setiap individu ataupun berbentuk badan usaha, baik yang berbadan hukum atau tidak berbadan hukum yang dibuat untuk menjalankan aktivitas dalam wilayah hukum republic Indonesia baik secara individua tau bersama melalui perjanjian atau dalam melakukan aktivitas usaha dalam berbagai bidang ekonomi.²⁴

4. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Aturan mengenai hak dan kewajiban pelaku usaha diatur dalam peraturan yang bersifat umum serta dalam perjanjian khusus. Upaya menciptakan suatu kenyamanan dan adanya keseimbangan hubungan antara pelaku dengan konsumen, maka ditentukan dalam regulasi tentang hak dan kewajiban masing-masing. Hak mengenai pelaku usaha dalam pasal 6 Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.²⁵

- a) Pelaku usaha memiliki hak untuk mendapatkan pembayaran berdasarkan perjanjian yang telah disepakati.
- b) Pelaku usaha berhak untuk memperoleh perlindungan hukum dari perilaku konsumen yang memiliki niat tidak baik.

²⁴ Fenny Bintarawati, *Hukum Perlindungan Konsumen*. hal 16

²⁵ Puteri Asyifa Octavia Apandy, Melawati, and Panji Adam, ‘Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli’, *Jurnal Manajemen & Bisnis Jayakarta*, 3.1 (2021), hal. 12–18,

- c) Pelaku usaha berhak untuk memperbaiki nama baik jika dapat dibuktikan secara hukum mengalami kerugian yang dialami oleh konsumen.
- d) Hak-hak pelaku usaha lainnya yang tetapkan dalam regulasi perundang-undangan lainnya.

Dalam undang-undang perlindungan konsumen, pelaku usaha memiliki kewajiban untuk beritikad baik untuk setiap aktivitas yang dilakukannya. Pelaku usaha diwajibkan bertindak sesuai dengan norma hukum, nilai agama dengan berprinsip itikad baik. Itikad baik dapat dipahami sebagai bentuk interpretasi moral yang dimiliki setiap individu, yang selaras dengan nilai-nilai kemanusiaan yang adil dan beradab.

5. Pengertian Konsumen

Konsumen merupakan setiap individu yang memperoleh suatu produk barang atau jasa dengan maksud tertentu. Definisi konsumen berdasarkan pasal 1 UUPK menjelaskan bahwa konsumen adalah individua tau orang yang menggunakan rpdouk berupa barang atau jasa didalam lingkungan masyarakat baik digunakan untuk keperluan dan kepentingannya sendiri.²⁶

6. Hak dan Kewajiban Konsumen

Konsumen merupakan salah satu subjek lain dalam upaya perlindungan konsumen selain pelaku usaha. Undang-undang perlindungan konsumen mengatur

²⁶ Fenny Bintarawati, *Hukum Perlindungan Konsumen*.hal 60

tentang hak dan kewajiban konsumen. Pada dasarnya, hak-hak konsumen sebagai berikut:²⁷

a) Hak untuk mendapatkan keamanan

Setiap konsumen mempunyai hak untuk memperoleh jaminan keamanan dalam penggunaan suatu barang/jasa. Sedangkan pelaku usaha mempunyai tanggungjawab pada mutu barang/jasa yang diproduksinya sehingga tidak menimbulkan kerugian baik materi atau jasmani konsumen.

b) Hak untuk memilih

Konsumen mempunyai hak untuk secara individu memilih barang yang akan dipergunakan tanpa adanya pengaruh dari pihak lainnya.

c) Hak untuk memperoleh informasi

Konsumen juga mempunyai hak untuk mendapatkan informasi dengan jelas terhadap suatu produk atau jasa, seperti nama produk, alamat perusahaan, dan lain sebagainya.

d) Hak untuk di dengar.

Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan pemahaman atas keluhan dalam penggunaan produk yang menimbulkan kerugian pada konsumen.²⁸

Dengan adanya kewajiban konsumen untuk membaca dan memahami petunjuk informasi dan prosedur pemakaian merupakan hal yang penting dilakukan, karena pelaku usaha telah menyampaikan peringatan dengan jelas pada suatu

²⁷Apandy, Melawati, and Adam, ‘Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli’.

²⁸ Fenny Bintarawati, *Hukum Perlindungan Konsumen*. Hal 54

produk, tetapi konsumen seringkali tidak memahaminya. Dengan peraturan ini memberikan konsekuensi pelaku usaha untuk tidak bertanggungjawab apabila konsumen yang bersangkutan mengalami kerugian.

BAB III

GAMBARAN UMUM PRODUK HAIR POWDER, REGULASI BPOM DAN PELAKSANAAN PRAKTIK JUAL BELI PRODUK HAIR POWDER WHITELABEL

A. Gambaran Umum Produk *Hair powder*

Hair powder merupakan salah satu produk kosmetik yang umumnya dalam bentuk bubuk halus, produk ini dirancang khusus untuk memberikan efek tekstur, volume, dan wangi pada rambut. Fungsi utama pada produk *hair powder* ini menciptakan tampilan rambut yang terlihat tebal dan bervolume tanpa menimbulkan minyak pada rambut nantinya. Terdapat beberapa jenis *hair powder* yang tersedia di pasaran, seperti volumizing powder dan texturizing powder. Powder ini diformulasikan khusus untuk memberikan volume ekstra pada rambut, sementara texturizing powder dirancang untuk menciptakan tekstur dan definisi yang lebih baik. Selain itu, beberapa *hair powder* juga dilengkapi dengan bahan alami yang memiliki sifat menyerap minyak, sehingga rambut tidak hanya terlihat lebih bervolume tetapi juga tetap segar sepanjang hari.¹

Pada Peraturan BPOM No.23 tahun 2019 tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetika dijelaskan pada pasal 1 angka (1) bahwa “Kosmetika adalah bahan atau sediaan yang dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia seperti epidermis, rambut, kuku. Bibir, dan organ bagian luar, atau gigi, dan membran mukosa mulut terutama

¹ Admin, ‘Mengenal Hair powder: Definisi, Fungsi, Dan Rekomendasi Terbaik Untuk Pria’, SuksesCorp, 2024, hal. 1–3

untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan, memperbaiki bau badan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi baik”. Dapat diketahui dari penjelasan tersebut bahwa produk *hair powder* termasuk salah satu kategori kosmetika karena fungsi utamanya untuk mengubah penampilan pada rambut manusia atau penggunanya.²

Adapun beberapa kandungan yang terdapat didalam produk *hair powder* diantaranya:

No	Nama Kandungan	Fungsi
1	<i>Silica</i>	Menyerap minyak berlebih di kulit kepala
2	<i>Tapioca Starch</i>	Memberikan tekstur, menyerap minyak, dan volume rambut
3	<i>Kaolin Clay</i>	Menyerap minyak dan kotoran, memberi kesan matte
4	<i>Alcohol Denat</i>	Membantu penguapan cepat dan sensasi segar
5	<i>Fragrance(Parfum)</i>	Memberikan aroma wangi pada rambut
6	<i>Zinc Oxide</i>	Antimikroba dan penyerap minyak
7	<i>Bentonite</i>	Menyerap minyak dan memberikan tekstur

Tabel 3.1

² Kepala Badan, Pengawas Obat, and Makanan, ‘Badan Pengawas Obat Dan Makanan Republik Indonesia’, 2010 (2019).

(Daftar Kandungan Produk Hair powder)

Pada tabel diatas menjelaskan beberapa kandungan yang sering ditemukan didalam produk *hair powder*. Bahan seperti silica, kaolin clay, dan bentonite berfungsi menyerap minyak dan kotoran sehingga rambut terlihat lebih bersih dan bervolume. Tapioca starch membantu menciptakan tekstur dan menambah volume rambut, sedangkan alcohol denat mempercepat proses penguapan dan memberikan sensasi segar saat digunakan. Fragrance menambahkan aroma wangi, sementara zinc oxide memiliki sifat antimikroba yang membantu menjaga kesehatan kulit kepala.

Keberadaan kandungan tersebut tidak hanya mendukung fungsi produk tersebut, tetapi juga berkontribusi besar terhadap aspek keamanan bagi konsumen. Mencantumkan informasi kandungan pada label produk merupakan hal yang sangat penting, terutama bagi konsumen yang memiliki alergi terhadap bahan tertentu. pencantuman kandungan merupakan salah satu syarat utama dalam memperoleh izin edar dari BPOM, sebagai bentuk kepatuhan terhadap regulasi serta upaya perlindungan konsumen. Produk yang dipasarkan tanpa informasi berpotensi melanggar ketentuan hukum dan dapat menimbulkan risiko kesehatan, serta menurunkan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap produk tersebut.

Pemakaian produk *hair powder* sendiri tentu ingin mendapatkan hasil yang maksimal, cara menggunakan *hair powder* dengan benar. Pertama, pastikan rambut dalam keadaan kering sebelum mengaplikasikan produk. Taburkan sedikit *hair powder* ke telapak tangan, kemudian gosokkan

tangan Anda hingga produk menyebar. Setelah itu, aplikasikan *hair powder* secara merata pada akar rambut, kemudian beri gaya sesuai keinginan. Penggunaan *hair powder* secara teratur dapat memberikan manfaat yang signifikan terutama untuk pria dengan jenis rambut tertentu, seperti rambut tipis atau licin. Dengan berbagai fungsi dan manfaatnya, *hair powder* menjadi salah satu produk styling yang penting dalam perawatan rambut pria. Penggunaan yang tepat tidak hanya dapat meningkatkan penampilan, tetapi juga memberikan rasa percaya diri yang lebih tinggi.

B. Regulasi BPOM terhadap Produk Kosmetik

Badan Pengawas Obat dan makanan(BPOM) merupakan lembaga pemerintahan non kementerian yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang pengawasan obat dan makanan. BPOM merupakan lembaga pemerintahan non kementerian berada dibawah perintah presiden dan bertanggung jawab kepada presiden, BPOM memiliki beberapa fungsi untuk melindungi masyarakat dari sisi negatif industrialisasi, memberikan perubahan terhadap kesalahan pada tahap menekankan kesejahteraan masyarakat.³

Badan pengawas obat dan makanan pada perlindungan konsumen dan pengawasan mutu produk melakukan pengawasan terkait indikator dan keamanan produk. Label menjadi salah satu identitas administratif yang diberikan oleh

³ Abd Aziz, ‘*Tugas Dan Wewenang Badan Pengawas Obat Dan Makanan (BPOM) Dalam Rangka Perlindungan Konsumen*’, *Al-Qanun: Jurnal Pemikiran Dan Pembaharuan Hukum Islam*, 23.1 (2020), hal 5.

BPOM sebagai bentuk jaminan bahwa produk yang telah memenuhi syarat teknis, keamanan, dan mutu sesuai dengan standar yang telah ditetapkan negara. Maka pentingnya untuk mengetahui jenis-jenis produk yang wajib memiliki label BPOM.

Label BPOM perlu didapatkan pada suatu produk yang wajib memiliki nomor izin edar (NIE) atau Nomor Notifikasi (NN) dari BPOM sebelum diedarkan dan digunakan oleh masyarakat. produk-produk itu seperti obat(resep atau non resep), obat tradisional (jamu), obat kuasi(antiseptik dan cairan pembersih), suplemen kesehatan, kosmetik, serta pangan olahan.

Adapun beberapa produk yang tidak wajib memeliki label BPOM, karena tidak termasuk pengawasan BPOM seperti pakaian, alat elektronik, alat tulis, dan epralatan rumah tangga yang tdiak perlu mendapatkan label BPOM karena bukan termasuk barang yang dikonsumsi secara langsung pada tubuh manusia.

Pada peraturan BPOM No 18 tahun 2024 tentang penandaan, promosi, dan iklan kosmetik terutama pada pasal 2 dan 3 dijelaskan bahwa;

- a) Penandaan produk yang dimaksud dalam Pasal 2 memuat informasi paling sedikit: nama Kosmetik, kemanfaatan atau kegunaan, cara penggunaan, komposisi, negara produsen, nama dan alamat lengkap pemilik nomor notifikasi, nomor batch, ukuran, isi, atau berat bersih, tanggal kedaluwarsa, nomor notifikasi, 2D barcode dan peringatan dan/atau perhatian.

- b) Informasi 2D barcode yang dimaksud dalam Pasal 3 huruf k sesuai dengan ketentuan Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan yang mengatur penerapan 2D barcode dalam pengawasan obat dan makanan.
- c) Label halal yang dimaksud pada ayat (1) dicantumkan setelah Pelaku Usaha sebagai pemilik nomor notifikasi memperoleh sertifikat halal.

Pada peraturan tersebut dapat diketahui bahwa penandaan suatu produk terutama kategori kosmetik sangat penting untuk memberikan informasi dari produsen kepada konsumen. Informasi ini bertujuan untuk memberikan penjelasan terhadap produk yang akan digunakan seperti identitas produk, kandungan, fungsi dan cara pemakaian serta peringatan yang perlu diperhatikan konsumen.

Untuk mendapatkan izin edar BPOM, pelaku usaha perlu mendaftarkan produknya melalui aplikasi khusus yang telah disediakan BPOM melalui Notifkos Online yang dapat dibuka www.notifkos.pom.go.id. Selain itu, perusahaan produksi wajib memiliki izin usaha dan memenuhi standar CPKB(*Cara Produksi Kosmetik yang Baik*).

BPOM melakukan pengawasan dalam dua tahap:

- a) **Pre-market:** Evaluasi dan pengujian sebelum produk beredar guna memastikan keamanan, mutu, dan khasiatnya.
- b) **Post-market:** Pengawasan setelah produk beredar, dilakukan baik secara langsung (pemeriksaan di tempat produksi dan distribusi serta pengambilan sampel untuk diuji di laboratorium) maupun secara daring melalui patroli siber.

Proses untuk mendapatkan izin edar BPOM tidak hanya bersifat administratif, tetapi juga menjadi bentuk tanggungjawab bagi pelaku usaha. Dengan mewajibkan pendaftaran melalui notifikos online dan pemenuhan standar CPKB, BPOM juga memastikan bahwa produk yang akan diedarkan layak dan aman untuk digunakan oleh masyarakat. dengan demikian, pelaku usaha wajib memahami dan mematuhi seluruh prosedur perizinan yang telah ditetapkan oleh BPOM

C. Pelaksanaan Praktik Jual Beli Produk *Hair powder*

Perkembangan zaman mendorong perdagangan modern untuk menawarkan berbagai produk yang dikelola secara efisien, baik dari segi kualitas maupun kuantitas. Tujuan dari perkembangan perdagangan modern ini adalah untuk memberikan promosi dengan harga terjangkau guna meningkatkan penjualan dan mengurangi jumlah stok barang di toko. Salah satu praktik yang marak dijumpai dalam perdagangan modern, khususnya di platform digital, adalah praktik *whitelabel*. Praktik ini merujuk pada kegiatan penjualan kembali suatu produk oleh pihak ketiga dengan menggunakan merek sendiri, meskipun produk tersebut diproduksi oleh pihak lain. Dalam konteks ini, pelaku usaha membeli produk tanpa label identitas dari pihak pertama, lalu memberikan label atau merek dagangnya sendiri sebelum dijual kepada konsumen. Meskipun praktik *whitelabel* dapat memberikan peluang bisnis yang menjanjikan, hal ini juga menimbulkan sejumlah persoalan, terutama terkait dengan transparansi identitas produk, legalitas, dan perlindungan

konsumen. Ketika pelaku usaha tidak mengetahui secara pasti kandungan atau keamanan produk yang dijualnya, maka risiko terhadap keselamatan dan hak-hak konsumen pun semakin besar.⁴

Produk *hair powder* merupakan salah satu produk yang biasa dipakai oleh kalangan anak muda untuk perawatan dan hairstyling rambut yang berbentuk bubuk (*powder*). fungsi dari produk *hair powder* utamanya untuk menambah volume rambut, mengurangi minyak berlebih di kulit kepala, serta memberikan efek tekstur agar rambut lebih mudah ditata. Secara umum, produk *hair powder* diaplikasikan langsung dibagian ujung rambut atau bagian, kemudian diratakan menggunakan tangan atau sisir.

Produk *hair powder* ini biasa diperjual belikan di berbagai platform online maupun offline, penulis biasa menemukan produk *hair powder* ini di platform digital sepeerti Shopee maupun di toko offline seperti (*barbershop*). Dari perkembangan pasar modern seperti sekarang *hair powder* menjadi salah satu produk yang di minati untuk di perjual belikan kembali oleh berbagai pihak. *Whitelabel* merupakan salah satu tren bisnis yang semakin populer di era pasar modern. *Whitelabel* ialah sebuah konsep dimana produk diberikan label putih ketika suatu produk diproduksi oleh suatu produsen kemudian dijual kepada seseorang yang berminat untuk kemudian diberikan label merek milik mereka sendiri. Hal ini memudahkan penjualan produk tanpa memikirkan produksi pada produk yang ingin dijualkan,

⁴ Admin, ‘Mengenal Hair powder: Definisi, Fungsi, Dan Rekomendasi Terbaik Untuk Pria’.

konsep ini memudahkan untuk memulai bisnis tanpa memerlukan investasi. Label putih mengacu pada produk yang dibuat oleh produsen yang dapat dijual kembali oleh beberapa orang tanpa perubahan signifikan pada kandungan atau kemasan pada produk, berbeda dari label pribadi karena biasanya memerlukan modifikasi produk berdasarkan kebutuhan konsumen target miliknya sendiri.

Beberapa industri juga sering menggunakan konsep *whitelabel* seperti ini salah satunya pada industri kosmetik. Industri kosmetik menggunakan konsep *whitelabel* untuk meningkatkan penjualan produk tanpa perlu memikirkan produksi pada produk yang akan dijualkan. Biasanya, pada praktik *whitelabel* terdapat beberapa orang yang mempunyai peran masing-masing dalam proses penjualan, yaitu produsen yang membuat produk, reseller yang membelinya untuk dijualkan kembali, dan terakhir konsumen atau user sebagai pengguna produk. Pada produk *whitelabel* ini biasanya kita mendapatkan manfaat dari efisiennya produksi serta promosi ke para konsumen,⁵

Praktik *whitelabel* ini akan berhasil jika bergantung pada kualitas produk, strategi pemasaran, dan kepercayaan pelanggan, faktor keberhasilan bisnis *whitelabel* adalah kepercayaan. Penting bagi pemilik bisnis yang ingin menggunakan *whitelabel* untuk memahami masalah hukum dan kualitas produk agar dapat menciptakan produk yang dipercaya konsumen. Strategi yang efektif dapat menjadikan bisnis *whitelabel* sebagai usaha yang menguntungkan.

⁵ Wati Susiawati, ‘Jual Beli Dan Dalam Konteks Kekinian’, *Jurnal Ekonomi Islam*, 8.2 (2017), hal. 171–84.

Penulis menemukan beberapa fakta yang terjadi dilapangan terkait praktik jual beli produk *hair powder whitelabel* di platform online Shopee dan Barbershop Kota. Adapun penjelasannya sebagai berikut:

1. Praktik Jual Beli Produk di Platform Shopee

Shopee merupakan salah satu platform *e-commerce* terbesar di Indonesia. Shopee juga menyediakan beberapa layanan jual beli secara daring(*online*) yang memungkinkan pelaku usaha memasarkan produknya kepada konsumen secara luas tanpa memerlukan biaya tambahan untuk membuka toko offline. Platform ini memiliki berbagai keunggulan yang memudahkan transaksi seperti pencarian produk, pembayaran digital, dan layanan pengiriman.

Kemudahan pelayanan yang ditawarkan Shopee menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat, kemudahan ini akan didapatkan oleh penjual maupun pembeli. Penjual yang dapat membuat tokonya dan mengunggah produk tanpa proses verifikasi yang rumit, sedangkan pembeli dapat menemukan dan membeli barang yang diinginkan dengan menggunakan aplikasi atau situs web. Namun, dari kemudahan tersebut, timbul beberapa kelemahan yang terdapat pada sistem pengawasan terhadap keamanan produk yang dijual.⁶

hair powder yang di perjualkan oleh toko tersebut. Penulis menemukan beberapa produk *hair*

⁶ Eni Candra Nurhayati and Pamungkas Stiya Mulyani, ‘Kegiatan Jual Beli Online Menurut Pandangan Islam Pada Aplikasi Shopee’, *JPEKBM (Jurnal Pendidikan Ekonomi, Kewirausahaan, Bisnis Dan Manajemen)*, hal 7

powder yang dijualkan di Shopee hanya dalam bentuk kemasan botol polos atau tanpa identitas. Produk yang penulis temukan di Shopee tidak mencantumkan beberapa hal seperti merek, kandungan bahan, tanggal kedaluwarsa, petunjuk penggunaan, maupun nomor notifikasi dari BPOM. penjual juga menawarkan produk tersebut sebagai "*whitelabel*" atau "*bisa diberi merek sendiri*", yang mengindikasikan bahwa produk tersebut belum melewati proses registrasi resmi sebagaimana diwajibkan oleh BPOM dan peraturan perundang-undangan.



Gambar 3.1
Tampilan Produk di Shopee
(Sumber Shopee.id)

Pada gambar 3.1 terdapat produk *hair powder* yang penulis temukan pada platform Shopee. Pada gambar tersebut dapat diketahui bahwa produk yang dijualkan tidak terdapat label apapun, seperti label merek, label kandungan produk, dan label ijin edar dari BPOM. Pada gambar tersebut juga diketahui bahwa penjual memberikan informasi bahwa produk “cocok

untuk dijual kembali, tinggal tempel stiker". dapat di tekankan juga bahwa produk tersebut termasuk produk yang diperjualkan dengan konsep *whitelabel* dimana pihak Shopee sebagai produsen yang menyediakan produk bagi reseller atau orang yang ingin menjualkan kembali produk tersebut.

Gunakan Hair powder by Phawor

- Rambut terasa ringan
- Kuat hingga sehari (24 JAM)
- Rambut menjadi mudah di atur dan di tata
- Rambut terasa lebih harum dan wangi
- Pemakaian mudah dan gak ribet
- Cocok untuk kamu yang aktif
- Mudah di bawa kemana mana

Cocok digunakan oleh kamu yang memiliki rambut sedang dan tipis.

Cara Pemakaian:

1. Pastikan rambut dalam keadaan kering
2. Taburkan Pahwor Hair Powder pada rambutmu secukupnya.
3. Ratakan Dengan tangan dan atur sesuai dengan gaya kesukaanmu.
4. Untuk menghilangkan cukup bilas dengan air dan shampoo.

Gambar 3.2 Deskripsi Produk (Sumber : Shopee.co.id)

Pada gambar 3.2 penulis juga medapat beberapa informasi dari deskripsi yang penjual berikan, bahwa pada deskripsi produk penjual memberikan informasi antara lain, isi kemasan 60ml/10gram, fungsi dari produk *hair powder*, dan cara pemakaian dari produk *hair powder* tersebut. Penulis menyimpulkan bahwa produk yang ditemukan di platform Shopee memang benar belum menyantumkan beberapa ketenruan seperti label merek, label kandungan, dan label ijin edar BPOM.

2. Praktik Jual Beli Produk di Barbershop Kota

Pak Ferry merupakan seorang pelaku usaha di bidang jasa perawatan rambut yang memiliki dan mengelola sebuah barbershop. Usaha barbershop milik beliau telah berjalan selama beberapa tahun dan memiliki pelanggan tetap, terutama dari kalangan anak muda. Usaha milik pak ferry mulai tahun 2015 hingga sekarang mengalami perkembangan yang sangat pesat, pada tahun 2020 permintaan konsumen sangat beragam mulai dari model cukur hingga produk-produk yang digunakan untuk hairstyling rambut konsumennya, dalam rangka memperluas layanan dan meningkatkan kualitas pendapatan, Pak Ferry mulai menjual produk perawatan rambut, salah satunya adalah *hair powder*, yang biasa digunakan untuk menambah volume dan tekstur rambut.

Pak Ferry juga menjelaskan bahwa ada beberapa jenis produk hairstyling rambut yang dijual barbershop miliknya. Dalam keterangannya beliau menyebutkan, “*Ada beberapa produk yang kami gunakan dan tawarkan kepada pelanggan, seperti hair wash, hair massage, pomade, dan produk terbaru kami, yaitu hair powder ini.*” Produk hair wash dan hair massage umumnya digunakan dalam layanan cuci dan pijat kepala sebagai bagian dari perawatan relaksasi bagi pelanggan.⁷

Diketahui bahwa salah satu produk *hair powder* yang dijual oleh Pak Ferry berasal dari platform *e-commerce*. Berdasarkan penelusuran, Pak Ferry memperoleh produk tersebut dari platform digital Shopee dengan kata lain, ia membelinya melalui

⁷ Wawancara Bersama Bapak Ferry, 21 April 2025, Pukul 11.00.

marketplace. *Hair powder* tersebut dikirimkan dalam kemasan polos tanpa label identitas. Setelah menerima produk tersebut, Pak Ferry kemudian melakukan praktik repackaging, yaitu memodifikasi menempelkan label merek miliknya sendiri sebelum menjualnya kembali kepada pelanggan di Barbershop Kota.

Penjelasan dari Pak Ferry yaitu “*Saya melakukan kustomisasi produk hair powder ini untuk kemudian dijual kembali kepada konsumen di barbershop ini. Tujuannya untuk produk yang saya tawarkan dapat menjawab kebutuhan pelanggan. Saat ini, model hairstyling kalangan anak muda semakin beragam dan tren berubah. Banyak permintaan yang unik dan tidak selalu bisa dipenuhi oleh produk yang umum dijual di pasaran. Karena itu, saya mencari produk yang sesuai, Saya juga menawarkan produk bermerek lain, barbershop juga harus mampu bersaing. Produk seperti ini menjadi nilai tambah, khususnya bagi kalangan anak muda yang sangat peduli terhadap penampilan*”⁸

praktik dengan model *whitelabel* tidak adanya proses verifikasi atau pemeriksaan terhadap keamanan dan kandungan bahan produk kepada Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) sebelum produk tersebut dikemas ulang dan dijualkan kepada konsumen. Pak Ferry sebagai pelaku usaha belum memiliki identitas yang jelas mengenai kandungan bahan yang terdapat dalam produk *hair powder* yang ia beli secara online melalui platform digital Shopee.

Motif dari praktik yang dilakukan oleh Pak Ferry merupakan bentuk respons terhadap kebutuhan

⁸ Wawancara Bersama Bapak Ferry, 21 April 2025, Pukul 11.00.

konsumen terhadap perkembangan industri barbershop yang semakin kompetitif. Dalam menghadapi dinamika pasar dan meningkatnya permintaan konsumen akan produk *hairstyling rambut*, Pak Ferry menjual produk *hair powder* sebagai solusi yang dinilai efektif dan ekonomis. produk *hair powder* melalui platform Shopee juga dilatarbelakangi oleh kemudahan akses serta tidak adanya persyaratan administrasi Setelah memperoleh produk, Pak Ferry kemudian menambahkan label milik pribadi pada kemasan produk tersebut. Langkah ini tidak hanya bertujuan untuk membedakan produk dari kompetitor, tetapi juga merupakan bagian dari strategi personal branding produk *hair powder* tersebut dijualkan untuk pelanggan yang berada di barbershop miliknya.

BAB IV

TINJAUAN HUKUM POSITIF DAN HUKUM ISLAM TERHADAP PRAKTIK JUAL BELI HAIR POWDER *WHITELABEL*

A. Analisis Praktik Jual Beli Produk *Whitelabel* dalam Perspektif BPOM dan Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen bermula dari kesadaran pentingnya menjamin hak konsumen di tengah dinamika kehidupan ekonomi dan sosial yang kompleks. Konsumen tidak boleh dianggap sekadar penerima barang atau jasa, mereka merupakan subjek hukum yang memiliki hak yang harus dihargai dan dijaga. Perlindungan mencakup hak memperoleh informasi yang akurat, hak atas keamanan produk, serta hak atas keadilan dalam setiap transaksi. Dalam praktik jual beli modern, termasuk jual beli online, potensi terjadinya kerugian, penipuan, atau ketidakadilan semakin meningkat. perlindungan konsumen harus dimiliki sebagai suatu mekanisme hukum yang bertujuan untuk menciptakan keseimbangan antara pelaku usaha dan konsumen. Perlindungan konsumen juga merupakan serangkaian upaya yang bertujuan untuk memberikan kepastian hukum, keadilan, dan rasa aman bagi konsumen dalam bertransaksi, baik melalui pengaturan perundang-undangan seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen,

Pada aplikasi Shopee ada berbagai produk yang ditawarkan salah satunya produk *hair powder*, *hair powder* merupakan produk *hairstyling* rambut yang sering digunakan kalangan anak muda. Produk *hair powder whitelabel* dapat

diketahui bahwa proses tersebut melibatkan beberapa pihak diantaranya, pihak Shopee dan Pak Ferry selaku reseller dan juga konsumen. Hal yang pertama yang akan dijadikan fokus penelitian adalah pemahaman dan pengetahuan masing-masing pihak terkait jual beli produk *hair powder* dengan sistem *whitelabel* itu sendiri. Tentunya menjadi penting bagi seseorang untuk mengetahui apa yang dia kerjakan.

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti dapat diketahui bahwa masing-masing pihak yang terlibat dalam jual beli produk *hair powder whitelabel* ini memiliki pengetahuan yang memadai mengenai apa yang mereka kerjakan. Pemilik barbershop menjelaskan bahwa beliau mengetahui produk yang dia jualkan belum memiliki label apapun seperti kutipan wawancara beliau berikut ini:

“benar mas, saya membeli produk tersebut di Shopee lalu saya dengan mas ade selaku karyawan di barbershop disini berdiskusi buat nentuin label yang cocok di produk hair powder, tapi memang produk ini belum ada label BPOMnya. Karena produknya dijual buat konsumen yang ada di barbershop ini saja”

Beliau juga mengkonfirmasi bahwa di barbershop miliknya sebelum membuka pangkas rambut pada tahun 2009 saat dirinya merintis usaha pangkas rambut, ia menjelaskan bahwa perkembangan pangkas rambut dari tahun ke tahun berkembang sangat pesat. Pada saat ini permintaan konsumen sangat beragam mulai dari model rambut, treatment rambut, dan juga produk hairstyling rambut. Sehingga Pak Ferry selaku owner mencoba dan berusaha untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada konsumen di barbershop miliknya. Salah satunya dengan mencoba membeli produk

hair powder di salah satu platform digital Shopee, lalu Pak Ferry memberi label sebelum dijual kembali ke pelanggan barbershop miliknya. Berdasarkan penjelasan di atas, terlihat jelas bahwa dalam praktik penjualan *hair powder* ini, penjual belum sepenuhnya memahami regulasi produk. Hal ini dapat menimbulkan risiko, terutama jika produk yang dijual tidak terdaftar di BPOM dan belum jelas identitasnya.

Poin lain yang menjadi penting dalam jual beli *hair powder whitelabel* yaitu penggunaan produk dan identitas produk sebagai langkah awal dimulainya jual beli tersebut. Menurut pengamatan serta wawancara yang dilakukan penulis pada aplikasi Shopee dan salah satu reseller yaitu Pak Ferry selaku owner barbershop. *Pertama*, pengamatan penulis pada *e-commerce* aplikasi Shopee yaitu pada tampilan awal Shopee dengan search “*produk hair powder*”, lalu muncul berbagai produk *hair powder* dengan berbagai kategori dari berbagai merek dan harga yang disajikan penjualnya. Namun, ada beberapa produk yang menarik penulis untuk melihat dan mengetahui lebih rinci produk *hair powder* yang dijual tanpa label identitas, bahkan penulis mencari tau mengenai kandungan produk tersebut tidak tercantum pada produk maupun deskripsi produk. *Kedua*, Pak Ferry juga memberikan pemaparan selama dalam berjualan produk *hair powder* dirinya belum mengetahui persis kandungan produknya, beliau juga menjelaskan bahwa dia membeli produk *hir powder* tersebut di aplikasi Shopee seperti pengamatan penulis jelaskan di bagian pertama. Pada produk sendiri yang dijualkan oleh Pak Ferry kepada customer di barbershop

miliknya sendiri dikeluarkan dengan keadaan label merek miliknya.

Ditinjau dari segi model bisnisnya praktik *whitelabel* ini menawarkan kemudahan bagi pelaku usaha seperti reseller karena mereka tidak perlu terlibat dalam proses produksinya, tetapi mereka hanya perlu fokus pada pemasarannya saja. Namun, ketidaktahuan pada reseller terhadap produk dapat menyebabkan timbul berbagai permasalahan, terutama jika produk mengandung bahan yang tidak sesuai dengan regulasi atau berbahaya bagi konsumen yang memekai produk tersebut. bagi reseller penting untuk mendapatkan atau mengetahui identitas yang lengkap sebelum memasarkan kembali produk kepada pelanggannya. Selain itu, model bisnis *whitelabel* ini sering kali dilakukan melalui platform *e-commerce* yang menawarkan kemudahan akses bagi reseller yaitu dengan cara memberikan "*cocok untuk dijual kembali, tinggal tempel stiker*". Namun, mekanisme ini juga memberikan celah bagi peredaran produk tanpa izin edar yang sesuai dengan badan pengawas obat dan makanan (BPOM), terutama jika pihak pertama yang menjualkan produk hair pwoder tersebut seperti pada aplikasi Shopee. Pada pengamatan penulis pada e-commerce shopee seringkali penjual tidak mentantumkan notifikasi BPOM yang sesuai dengan standar keamanan dan kesehatan yang berlaku tentunya yang dikeluarkan BPOM.

Melihat penjelasan penulis diatas dapat diketahui bahwa penjualan produk *hair powder* di aplikasi Shopee dan barbershop milik Pak Ferry melakukan jual beli produk *hair powder* dengan sistem *whitelabel* dengan produk yang

dilabeli ulang oleh pemilik barbershop. Jenis jual beli dengan cara melabeli ulang suatu produk ini dapat dipahami sebagai jenis jual beli sistem *whitelabel* murni. Karena dapat diketahui didalam produk yang dijualkan tidak tercantum label dari pihak pertama, kemudian dijualkan kembali dengan label milik sendiri yang dilakukan pihak ketiga yaitu reseller. Namun dalam praktiknya mereka menjual untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan menjawab tantangan perkembangan di penataan rambut konsumen.

Di Indonesia hukum yang mengatur jual beli produk *hair powder whitelabel* belum jelas, sehingga seringkali akan merujuk kepada peraturan perundang-undangan yang dapat melindungi semua pihak, salah satu undang-undang yang digunakan ialah peraturan BPOM No.18 Tahun 2024 dimana didalamnya ditekankan bahwa:

“pelaku usaha perlu memberikan Penandaan pada produk kosmetik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 memuat informasi paling sedikit: nama Kosmetik; kemanfaatan atau kegunaan; cara penggunaan; kandungan; negara produsen; nama dan alamat lengkap pemilik nomor notifikasi; nomor batch; ukuran, isi, atau berat bersih; tanggal kedaluwarsa; nomor notifikasi; 2D barcode; dan peringatan dan/atau perhatian.

Lalu dilanjutkan pada pasal 5 sebagaimana dijelaskan sebagai berikut :

“Selain mencantumkan identitas sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3, Pelaku Usaha sebagai pemilik nomor notifikasi dapat mencantumkan label halal pada Penandaan. Label halal sebagaimana dimaksud pada ayat (1)

dicantumkan setelah Pelaku Usaha sebagai pemilik nomor notifikasi memperoleh sertifikat halal.”

Sedangkan dalam melindungi konsumen jual beli dapat menggunakan payung pelindung hukum UU Perlindungan Konsumen No.8 Tahun 1999. Dimana dalam pasal 4 terdapat hal-hak yang diterima konsumen seperti, hak kenyamanan, keamanan, hak memilih barang, hak identitas yang jelas akurat, hak untuk didengarkan pendapat, hak mendapatkan advokasi, hak diperlakukan secara benar tidak diskriminatif dan hak lain sebagainya. Hal ini menjadikan pelaku jual beli sistem *whitelabel* harus mematuhiinya.

Dalam pasal 7F undang-undang konsumen no 8 tahun 1999 juga dijelaskan mengenai kewajiban pelaku usaha yang berbunyi:¹

1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya
2. Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan
3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif
4. Menjamin mutu barang dan atau jasa yang diproduksi dan atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan atau jasa yang berlaku
5. Memberi kesempatan kepad konsumen untuk menguji dan atau mencoba barang dan jasa tertentu serta memberi

¹ Republik Indonesia, ‘Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen’, *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999*, no. 8 (1999), hal. 1–19

jaminan dan garansi atas barang yang dibuat dan atau yang diperdagangkan

6. Memberi kompensasi, ganti rugi dan atau pergantian atas kerugian akibat penggunaan, pamakaian dan pemanfaatan barang dan atau jasa yang diperdagangkan
7. Memberi kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian apabila barang dan atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian

Peraturan mengenai jual beli dengan sistem *whitelabel* ini memang belum secara merata tersebar luas kepada para pelaku di lapangan. Hal ini juga terjadi di barbershop milik Pak Ferry. Dari wawancara dengan Pak Ferry selaku owner mengatakan bahwa dia belum secara rinci mengetahui bagaimana peraturan perundang-undangan yang dapat dijadikan pedoman dalam melakukan jual beli dengan sistem *whitelabel*. Pak Ferry mengkonfirmasi kurangnya pemahaman tentang peraturan yang berlaku dengan pernyataan beliau sebagai berikut:

“saya belum tahu si mas, tapi produk hair powdernya memang belum ada label BPOMnya, soalnya biasanya produknya ditawarin ke konsumen barbershop sini aja”

Meskipun pemahaman para pelaku usaha terhadap peraturan yang berlaku mengenai praktik jual beli *whitelabel* masih tergolong minim, namun dalam praktiknya Pak Ferry telah melakukan prinsip-prinsip dalam perlindungan konsumen sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Praktik white label yang diterapkan di barbershop miliknya merupakan strategi bisnis untuk menjawab dinamika pasar modern dan

memenuhi kebutuhan pelanggan tetapnya terhadap produk *hair powder* yang terjangkau dan mudah diakses. Namun demikian, praktik jual beli produk *hair powder* white label yang dilakukan Pak Ferry belum sepenuhnya sejalan dengan ketentuan dalam Peraturan BPOM Nomor 18 Tahun 2024 tentang Pengawasan Kosmetik, terutama terkait kewajiban registrasi produk kosmetik sebelum diedarkan ke masyarakat. Dalam regulasi tersebut, setiap produk kosmetik yang diedarkan, baik produksi sendiri maupun repackaging seperti white label, wajib mendapatkan notifikasi BPOM sebagai bentuk pengawasan keamanan, mutu, dan manfaat produk yang ditujukan kepada konsumen.²

Ketiadaan notifikasi BPOM terhadap produk *hair powder* yang dijual di barbershop Pak Ferry dapat menimbulkan risiko hukum dan kerugian konsumen, karena tidak ada jaminan resmi mengenai keamanan bahan yang terkandung dalam produk tersebut. Selain itu, kondisi ini juga melanggar asas transparansi informasi yang menjadi salah satu hak konsumen berdasarkan Pasal 4 huruf c UU Perlindungan Konsumen, yaitu hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang. Dengan demikian, sangat penting agar Pak Ferry sebagai pelaku usaha mendaftarkan produk *hair powder* white labelnya melalui sistem notifikasi BPOM seperti (<https://notifkos.pom.go.id>). Tindakan ini tidak hanya memperkuat legalitas usaha, tetapi juga menunjukkan

² Jurnal Ilmu Hukum, ‘Evaluasi strategi badan pengawas obat dan makanan(BPOM) dalam melindungi konsumen dari produk kosmetik’, 2.3 (2025), hal. 23.

komitmen terhadap perlindungan konsumen, serta menghindarkan pelaku usaha dari potensi sanksi administratif maupun pidana sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku.

B. Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Produk *Hair powder Whitelabel*

Jual beli merupakan salah satu bentuk interaksi manusia yang membantu manusia dalam memenuhi berbagai kebutuhan hidupnya. Hal ini terjadi karena manusia merupakan makhluk sosial yang sifatnya sangat tidak menentu dan tidak mampu memenuhi segala kebutuhannya sendiri. Kebutuhan manusia dapat dibagi menjadi tiga yaitu kebutuhan primer, kebutuhan sekunder, dan kebutuhan tersier.

Berdasarkan uraian sebelumnya, memang banyak ditemukan produk yang dijual ulang dengan keadaan barang tanpa identitas produk. Seperti halnya yang terjadi di Shopee atau barbershop yang mana terdapat produk *hair powder* yang ditemukan belum mencantumkan identitas produk yang dijualnya. Sehingga konsumen seringkali tidak mengetahui secara jelas terbuat dari apa saja produk *hair powder* yang akan dibelinya serta baik atau buruk apabila setelah digunakan oleh konsumen.

Secara umum mencantumkan identitas produk dan kandungan bahan pada suatu produk merupakan salah satu hal yang perlu dilakukan demi mencapai kemaslahatan dan menghindari kemafsadatan pada praktik jual beli, terutama pada praktik jual beli produk *hair powder*. Kemaslahatan

dalam hal ini untuk para pengguna terutama konsumen agar terhindar dari resiko yang terjadi jika suatu produk yang dikonsumsinya tersebut mengandung zat yang berbahaya bagi tubuh ataupun rambut pengguna, hal tersebut dapat merusak salah satu *dharuriyat khamsah* yaitu menjaga jiwa (*hifdzul nash*).

Praktik jual beli perlu memperhatikan prinsip-prinsip jual beli seperti Penerapan prinsip kejujuran dalam transaksi jual beli diwujudkan melalui penyampaian informasi yang objektif, benar, apa adanya, dan menyeluruh mengenai barang atau jasa yang ditawarkan. Konsekuensi dari penerapan prinsip ini adalah larangan terhadap segala bentuk penipuan, baik yang dilakukan secara lisan maupun perbuatan. Adapun Prinsip kemanfaatan dengan kegiatan jual beli seharusnya memberikan manfaat bagi seluruh pihak yang terlibat dalam transaksi. Manfaat tersebut dapat berasal dari barang atau objek yang diperjualbelikan, maupun dari hasil keseluruhan proses jual beli itu sendiri. Dengan demikian, barang yang menjadi objek transaksi harus memberikan nilai kemaslahatan bagi manusia, bukan sebaliknya justru menimbulkan kerusakan.

Dalam praktik jual beli *whitelabel*, penjual memiliki kewajiban untuk memberikan informasi sebenar-benarnya mengenai barang yang dijualkan dan tidak memberikan informasi yang menyesatkan, terutama apabila terdapat cacat pada barang tersebut. Dalam konteks produk *hair powder* yang dijual, produsen wajib mencantumkan keterangan mengenai kandungan bahan pada label maupun deskripsi. Apabila keterangan tersebut tidak tersedia secara umum,

seperti di Shopee dan Barbershop. Namun, dalam praktiknya belum terdapat keterangan kandungan bahan pada produk *hair powder* yang dijual di Shopee dan Barbershop Kota, sehingga menghalangi atau berkurangnya identitas penting yang dibutuhkan konsumen sehingga dapat menimbulkan kerugian kepada konsumen.

Dalam jual beli dijelaskan bahwa setiap transaksi jual beli harus dilakukan secara adil, sah, dan transparan, tanpa unsur kecurangan. Ketidakjelasan informasi yang dilakukan pada produk *hair powder* termasuk kategori *gharar* yang dalam praktiknya dilarang karena dapat merugikan konsumen, sebagaimana dijelaskan pada penjualan produk *hair powder* di platform Shopee ketika produsen belum mencantumkan identitas dan kandungan bahan pada produk. Selain itu praktik tersebut juga berpotensi unsur *tadlis* atau dapat dikatakan apabila informasi belum didapatkan konsumen dapat menimbulkan unsur penipuan, karena mereka belum memberikan informasi dan kondisi sebenarnya sehingga konsumen mengira produk itu aman, halal, atau berkualitas, padahal mereka sendiri belum mengetahui. Praktik ini merupakan tindakan tidak jujur, praktik semacam ini jelas bertentangan dengan prinsip kejujuran pada muamalah.

Praktik jual beli yang terjadi di masyarakat, khususnya dalam penjualan minyak rambut tanpa identitas produk yang jelas, menunjukkan adanya indikasi unsur *gharar* (ketidakjelasan) dalam transaksi. Salah satu bentuk *gharar* yang ditemukan adalah ketika produk minyak rambut dijual kembali oleh pihak reseller tanpa mengetahui secara pasti

kandungan bahan, tanggal kedaluwarsa, dan keamanannya bagi konsumen. Ketidakjelasan ini menimbulkan ketidakpastian terhadap manfaat dan risiko penggunaan produk tersebut, yang dapat merugikan pihak pembeli.

Para penjual atau reseller, seperti yang terjadi dalam studi kasus penjualan produk *hair powder* secara *whitelabel*, melakukan penjualan produk tanpa informasi lengkap karena mereka sendiri belum memperoleh informasi tersebut dari produsen. Hal ini tentu menimbulkan risiko yang tidak pasti, baik dari sisi hukum maupun dari sisi kesehatan konsumen. Ketika penjual belum dapat memastikan kandungan dan keamanan produk, namun tetap menjualnya ke publik, maka transaksi ini mengandung unsur *gharar* yang dilarang dalam Islam, karena berpotensi menyalimi pihak pembeli yang belum mengetahui secara jelas produk yang dibelinya. Menurut penulis, risiko terkait isi dan keamanan produk merupakan tanggung jawab penjual dan tidak boleh dibebankan kepada konsumen. Dalam Islam, prinsip keadilan dan larangan menyalimi pihak lain menjadi landasan penting dalam pelaksanaan akad jual beli. Maka, menjual produk tanpa informasi yang memadai termasuk tindakan yang bertentangan dengan prinsip muamalah yang sehat.

Apabila dalam proses jual beli tersebut informasi tentang produk telah dijelaskan secara transparan, baik mengenai kandungan, manfaat, maupun risiko penggunaan, maka transaksi tersebut tetap sah dan diperbolehkan menurut hukum Islam. Selama rukun dan syarat jual beli terpenuhi yaitu adanya penjual, pembeli, barang yang diperjualbelikan, dan ijab qabul serta tidak mengandung unsur penipuan atau

ketidakjelasan yang merugikan salah satu pihak, maka jual beli tetap dibenarkan. Adapun dalam praktik yang ditemukan di lapangan, yaitu penjualan produk *hair powder* secara *whitelabel* tanpa label resmi dan tanpa informasi produk, meskipun secara bentuk menyerupai transaksi jual beli biasa, namun belum memenuhi aspek transparansi dan kejelasan yang menjadi syarat sah jual beli dalam hukum Islam. Dengan demikian, jual beli seperti ini dapat dikategorikan sebagai *gharar* dan tidak dibenarkan secara *syar'i* karena mengandung ketidakpastian dan potensi bahaya bagi konsumen.

Transaksi yang melibatkan pembelian produk *hair powder* yang belum mencantumkan bahan di Shopee dan barbershop dapat digolongkan sebagai pembelian fasid. Jual beli fasid merupakan transaksi yang pada prinsipnya melanggar syariah namun, terdapat suatu kondisi atau unsur yang menghalangi pelaksanaannya secara murni. Dalam hal ini, ketidakjelasan dalam ma'qud 'alaih (*objek jual beli*) merupakan bahan-bahan yang termasuk dalam produk belum dijelaskan dengan benar. Hal ini berpotensi untuk meningkatkan kesehatan konsumen jika produk tersebut mengandung zat dalam bentuk sintetis pewarna, buatan pemanis, atau pengawet bahan. Karena itu, akad jual beli produk hairpowder *whitelabel* ini tanpa informasi kandungan bahan dianggap fasid. Dengan kata lain, secara hukum sah dan tidak membahas akad, tetapi tidak dibenarkan karena mengandung unsur ketidakjelasan yang mungkin dapat terjadi.

Pelaku usaha atau reseller yang secara sengaja menjual produk *hair powder whitelabel* dengan merek sendiri tanpa mencantumkan informasi yang benar dan lengkap mengenai kandungan produk, serta dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan lebih dari ketidaktahuan konsumen, maka hal tersebut tergolong sebagai bentuk *tadlis*. Penipuan dalam informasi produk ini dapat menyebabkan ketidakseimbangan dalam akad, karena pembeli tidak mengetahui secara pasti apa yang mereka gunakan, khususnya apabila produk tidak terdaftar di BPOM dan belum melalui uji keamanan.

Reseller menjual produk tersebut berdasarkan kebiasaan umum (*misalnya karena praktik whitelabel sudah menjadi hal yang lazim di kalangan pelaku usaha kosmetik atau barbershop*), dan terdapat keridhaan dari konsumen yang memahami kondisi produk tersebut, maka praktik tersebut dapat dipandang sebagai bagian dari ‘urf atau kebiasaan lokal. Meski demikian, kebiasaan ‘urf tersebut tidak dapat dibenarkan jika bertentangan dengan prinsip-prinsip dasar muamalah seperti keterbukaan, kejujuran, dan perlindungan terhadap hak-hak konsumen. Oleh karena itu, kebiasaan menjual produk tanpa label atau informasi yang jelas tetap harus dikaji secara kritis dan tidak dapat dijadikan alasan untuk mengabaikan unsur keamanan dan kehalalan produk, terutama dalam sektor yang menyentuh aspek kesehatan dan kebersihan tubuh.

Sebagaimana ditegaskan dalam kaidah fiqhiyah:

العَادَةُ مُحَكَّمَةٌ مَا لَمْ تُخَالِفِ الشَّرْعَ

Artinya: “Kebiasaan dapat dijadikan hukum, selama tidak bertentangan dengan syariat.”

Pada kaidah diatas jual beli produk *hair powder* dengan model *whitelabel* yaitu pada penjualan produk belum memiliki informasi yang jelas dan niat tersembunyi untuk mencari keuntungan dari ketidaktahuan konsumen adalah bentuk *tadlis* yang dilarang dalam Islam. Praktik tersebut bertentangan dengan asas transparansi dan tanggung jawab dalam transaksi, serta dapat menimbulkan mudarat bagi konsumen.³

Dalam praktik jual beli produk *hair powder whitelabel*, terkadang konsumen tidak mengalami keluhan apa pun setelah menggunakan produk tersebut. Dalam situasi seperti ini, pada perspektif niat penjual dan keridhaan kedua belah pihak. Apabila konsumen membeli produk dalam keadaan mengetahui bahwa produk tersebut tidak berlabel resmi, dan tetap ridha serta tidak mengalami kerugian atau dampak negatif, maka transaksi tersebut tidak otomatis dianggap mengandung unsur *tadlis*. Hal ini sejalan dengan prinsip muamalah dalam Islam yang mengutamakan keridhaan dan kejujuran dalam jual beli. Begitupun pada praktik jual beli produk white label juga perlu memperhatikan hak-hak konsumen dalam hukum islam diantaranya:⁴

1. Prinsip Kepercayaan dan Keadilan
2. **Hak atas Informasi yang Benar**

³ Maluku Utara, ‘Kaidah Al-‘Adatu Muhakkamah : Konsep , Aplikasi , Dan Relevansi Dalam Dinamika Hukum Islam Kontemporer’, no. 02 (2024), hal. 6.

⁴ Junaidi Abdillah and I, *Ilmu Fiqih Pemasaran*; hal 48, III

3. **Hak atas Pemilihan**
4. Hak atas Kualitas
5. Hak atas Keadilan
6. Hak atas Pelayanan yang Baik
7. Hak atas Ganti Rugi

Hukum Islam, transaksi dianggap sah dan bebas dari unsur penipuan jika memenuhi dua syarat utama yaitu adanya kejujuran dan keterbukaan informasi dalam akad, tercapainya keridhaan antara kedua belah pihak berdasarkan informasi yang benar. Jika kedua hal ini terpenuhi dan konsumen memang tidak mengalami keluhan atau kerugian, maka jual beli tersebut boleh dan sah secara *syar'i*. Akan tetapi, jika terdapat unsur penyembunyian informasi, maka transaksi tersebut tetap berpotensi mengandung unsur *tadlis*, meskipun tidak langsung menimbulkan kerugian.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari seluruh pembahasan yang sudah dibahas dan dianalisis pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan akhir tentang praktik jual beli produk *hair powder whitelabel* yaitu :

1. Praktik jual beli produk *hair powder* yang dilakukan di barbershop milik Pak Ferry selaku reseller merupakan bentuk perdagangan di era digital. Ia membeli produk dari platform Shopee, lalu memasarkannya kembali dengan menggunakan merek miliknya sendiri. Dalam praktik ini, Pak Ferry tidak terlibat langsung dalam proses produksi. Praktik semacam ini tidak sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2024 tentang Penandaan Kosmetika, yang secara tegas mewajibkan setiap pelaku usaha mencantumkan label berisi informasi lengkap pada produk kosmetik. Selain itu, tindakan tersebut juga bertentangan dengan ketentuan Pasal 7 huruf f Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang mewajibkan pelaku usaha memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai barang dan/atau jasa, serta penjelasan mengenai penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaannya.
2. Tinjauan Hukum Islam terhadap praktik jual beli dengan sistem white label menunjukkan bahwa praktik ini mengandung cacat hukum (*fasid*). Hal ini disebabkan

karena produk yang dijual kembali belum memiliki kejelasan mengenai kandungan serta izin edar dari BPOM. Ketidakjelasan tersebut menimbulkan unsur *gharar* dan *tadlis*. Konsumen tidak memperoleh informasi yang utuh dan akurat mengenai keamanan produk, sehingga berpotensi menimbulkan kerugian. Selain itu, ketika penjual mencantumkan label kemasan dengan mereknya sendiri. Meskipun secara lahiriah akad jual beli ini telah memenuhi rukun yakni adanya penjual, pembeli, objek yang diperjualbelikan, serta *ijab* dan *qabul* namun karena adanya unsur ketidakjelasan, maka akad ini tergolong *fasid* menurut hukum Islam.

B. Saran

Setelah penulis menguraikan pembahasan skripsi ini dari awal hingga akhir, maka perlu kiranya penulis menyampaikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi Para Pelaku Usaha yang Menjual Produk *Whitelabel*, ketika melakukan praktik penjualan produk disarankan agar lebih memperhatikan kandungan produk dan peraturan yang berlaku, terutama yang berkaitan dengan keamanan produk dan izin edar sebagaimana diatur dalam Peraturan BPOM Nomor 18 Tahun 2024. Hal ini penting agar transaksi jual beli yang dilakukan tidak hanya sah secara hukum, tetapi juga melindungi hak konsumen serta dapat menjadi pedoman dalam menyelesaikan apabila terjadi permasalahan hukum di kemudian hari. Sebelum melakukan pelabelan dan penjualan ulang, pelaku usaha juga sebaiknya memastikan secara langsung keamanan

dan kandungan produk yang dijual, guna menghindari kesalahan informasi dan keluhan dari konsumen.

2. Bagi Para Pihak yang Terlibat dalam Transaksi Penjualan Produk Kosmetik, diharapkan tetap berpedoman pada prinsip-prinsip jual beli dalam Islam, seperti kejujuran (*ṣidq*), keterbukaan(*bayān*), dan larangan menipu(*gharar*). Dengan demikian, praktik jual beli yang dilakukan tidak termasuk ke dalam kategori jual beli yang dilarang dalam syariah, serta menciptakan keadilan dan keberkahan dalam aktivitas muamalah.
3. Penulis mengharapkan adanya penelitian lanjutan yang lebih rinci berkenaan dengan praktik jual beli *whitelabel*.

DAFTAR PUSTAKA

- Azzam, P. D. (2017). *Fiqh Muamalat Sistem Transaksi dalam Fiqh Islam*. Jakarta: AMZAH.
- Djuwaini, D. (20010). *Pengantar Fiqih Muamalah*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Fitria, T. N. (2017). Bisnis Jual Beli Online(online shop) dalam Hukum Islam dan Hukum Negara. *JURNAL ILMIAH EKONOMI ISLAM VOL. 03* , 2.
- Husnul Khatimah, N. A. (2024). Konsep Jual Beli dalam Islam dan Implementasinya pada Marketplace. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(01), 1-8.
- Nabila Azrilia Syahra, F. Y. (2024). Konsep Jual Beli dalam Perspektif Fiqih Muamalah dan Implikasinya Terhadap Ekonomi Syariah. *Jurnal Studi Pendidikan Agama Islam Volume 1, No 4*, 3-7.
- Prof. Dr. Abdul Rahman Ghazaly, M. D. (2015). *Fiqih Muamalat*. Jakarta: Prenamedia group.
- Wakhit, K. (2016). Jual Beli Makanan Tanpa Label Harga Dalam Perspektif Ideologi Hukum dan Yuridis (Studi Angkringan Modern di Kota Yogyakarta). *Skripsi Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Kali Jaga Yogyakarta*.
- : Ahmad Zulfa Fathurrahman, ‘ANALISIS HUKUM EKONOMI SYARIAH DAN UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN NO 8 TAHUN 1999 TERHADAP JUAL BELI SUPLEMEN PROTEIN TANPA LABEL HALAL PADA APLIKASI SHOPEE’, no. 8 (1999), p. 1999
- Abdillah, Junaidi, and I, *Ilmu Fiqih Pemasaran; Sisi Lain Nabi*

- Muhammad Saw Sebagai Pemasar, Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952., 2018, III <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>*
- Admin, ‘Mengenal Hair powder: Definisi, Fungsi, Dan Rekomendasi Terbaik Untuk Pria’, *SuksesCorp*, 2024, hal 1–3 <<https://suksescorp.co.id/mengenal-hair-powder/>>
- Affandi, M. Yazid, *Fiqh Muamalah Dan Implementasinya Dalam Lembaga Keuangan Syari'ah*
- Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, 2008
- Apandy, Puteri Asyifa Octavia, Melawati, and Panji Adam, ‘Pentingnya Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli’, *Jurnal Manajemen & Bisnis Jayakarta*, 3.1 (2021), hal 12–18, doi:10.53825/jmbjayakarta.v3i1.85
- Arafat, Muhsin, and others, ‘Jual Beli Fasid Menurut Imam Abu Hanifah’, *Journal of Indonesian Comparative of Syari’ah Law*, 4.2 (2021), hal 185–95
- Aziz, Abd, ‘Tugas Dan Wewenang Badan Pengawas Obat Dan Makanan (BPOM) Dalam Rangka Perlindungan Konsumen’, *Al-Qanun: Jurnal Pemikiran Dan Pembaharuan Hukum Islam*, 23.1 (2020), hal 193–214, doi:10.15642/alqanun.2020.23.1.193-214
- Badan, Kepala, Pengawas Obat, and D A N Makanan, ‘Badan Pengawas Obat Dan Makanan Republik Indonesia’, 2010 (2019)
- ‘Peraturan BPOM No.18 Tahun 2024 Tentang Penandaan, Promosi, Dan Iklan Kosmetik’, 2024
- Choiriyah, Siti, ‘Muamalah Jual Beli Dan Selain Jual Beli’, *CDAC*

- STAIN Surakarta*, 2009, p. 93
- Fenny Bintarawati, M.H., *Hukum Perlindungan Konsumen* (Lawwana, 2023)
- Hukum, Jurnal Ilmu, ‘EVALUASI STRATEGI BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN (BPOM) DALAM MELINDUNGI KONSUMEN DARI PRODUK KOSMETIK’, 2.3 (2025), hal 112–23
- Kinanty, Namirah Nazwa, and Salsabila, ‘Jual Beli Menurut Islam’, *Journal Of Economics Business Ethic and Science Histories*, I.1 (2023), hal 95–100
<[https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=jual+beli+menurut+islam&btnG=>](https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=jual+beli+menurut+islam&btnG=)
- Koko Khaerudin, and Hariman Surya Siregar, *Fiqh Mu'amalah Teori Dan Implementasi*, Pt Remaja Rosdakarya, 2019
- MARIYAH, AMNA, ‘JUAL BELI PRODUK TANPA LABEL HARGA DITINJAU MENURUT PERSPEKTIF BAI’ MU’ĀTAH DAN UU NO. 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN (Studi Kasus Pada Swalayan Gampong Kopelma Darussalam Kota Banda Aceh)’, no. 8 (2019)
- Mubaraq, Fitratul, and Awaluddin Hidayat, ‘Pendidikan Jual Beli Dalam Perspektif Islam’, no. 1 (2024), hal 150–65
- Muhammad, Prof. Dr. Abdul Aziz Azzam, *FIQH MUAMALAT Sistem Transaksi Dalam Fiqh Islam* (AMZAH, 2014)
- Nur, Dr.Solikin, *Buku Pengantar Penelitian Hukum*, 2021
- Nurhayati, Eni Candra, and Pamungkas Stiya Mulyani, ‘Kegiatan Jual Beli Online Menurut Pandangan Islam Pada Aplikasi Shopee’, *JPEKBM (Jurnal Pendidikan Ekonomi, Kewirausahaan, Bisnis Dan Manajemen)*, 5.1 (2022), p. 84,

doi:10.32682/jpekbm.v5i1.2276

- NURYANI, ANI, ‘JUAL BELI KOSMETIK TANPA LABEL BPOM DALAM TINJAUAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN HUKUM ISLAM (Studi Kasus Di Toko Ratna Desa Kiringan Kecamatan Takeran Kabupaten Magetan)’, 2024
- Puspita, Anisa, and others, ‘PERAN TEKNOLOGI DIGITAL DALAM MENINGKATKAN EFESIENSI TRANSAKSI E-COMMERCE SHOPEE’, 3.1 (2025), hal 105–15
- Putra, Muhammad Deni, ‘Jual Beli Online Berbasis Media Sosial Dalam Perspektif Hukum Islam’, *Shariah Economic Research*, 3.1 (2019), hal 83–103
- Rahmadani, Gema, Budi Sastra Panjaitan, and Fauziah Lubis, ‘Penerapan Hukum Islam Tentang Jual Beli’, 2024
- Republik Indonesia, ‘Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen’, *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999*, no. 8 (1999), hal 1–19
<<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/45288/uu-no-8-tahun-1999>>
- Rokhmadi, ‘Kritik Konstruksi Hukum Pidana Islam 1’, 2019, hal 1–388
- Sahir, Syafrida Hafni, *METODOLOGI PENELITIAN*, 2022
- Sinaga, Niru Anita, ‘Pelaksanaan Perlindungan Konsumen Di Indonesia’, *Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara*, 5.2 (2014), doi:10.35968/jh.v5i2.110
- Susiawati, Wati, ‘Jual Beli Dan Dalam Konteks Kekinian’, *Jurnal Ekonomi Islam*, 8.2 (2017), hal 171–84
- SYARIFUDDIN, AHMAD, ‘JUAL BELI TANPA LABEL

HARGA PERSPEKTIF UNDANG- UNDANG
PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN HUKUM ISLAM
(Studi Pada Rumah Makan Di Kota Palangka Raya)', 2017

Tajrid, Amir, 'Transformasi Maqasid Al-Syariah: Analisis
Pemikiran Al-Khadim', 2021

Utara, Maluku, 'Kaidah Al- ' Adatu Muhakkamah : Konsep ,
Aplikasi , Dan Relevansi Dalam Dinamika Hukum Islam
Kontemporer', no. 02 (2024), hal 171–84

Wawancara Bersama Bapak Ferry, 21 April 2025, Pukul 11.00

Yessy, Kusumadewi, and dan Grace Sharon, *Hukum
Perlindungan Konsumen, Jakarta*, 2022

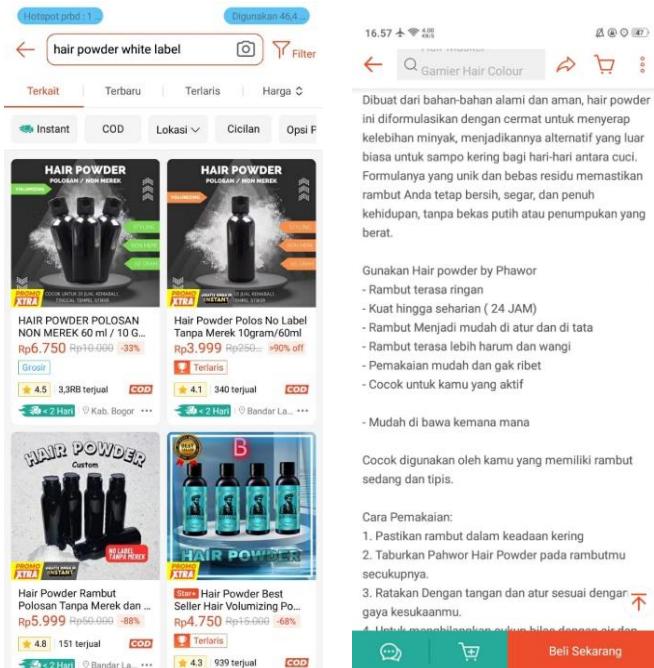
LAMPIRAN

Lampiran 1 : pedoman wawancara

Wawancara kepada Pak Ferry pemilik Barbershop , sekaligus penjual produk *hair powder*.

1. Apakah bapak mengetahui mengenai produk *hair powder*?
2. Menurut bapak, Biasanya produk *hair powder* ini untuk apa?
3. Bagaimana bapak mengetahui dan mulai menjual produk *hair powder* ini?
4. Bagaimana sistem pembelian produk dari supplieer atau produsen?
5. Apakah pada saat membeli produk *hair powder* tercantum label identitas dari produsen?
6. Menurut bapak biasanya ada apa saja label didalam produk *hair powder*?
7. Menurut bapak apakah penting label identitas, kandungan pada produk yang dijual di barbershop?

PRODUK HAIR POWDER DI E-COMMERCE



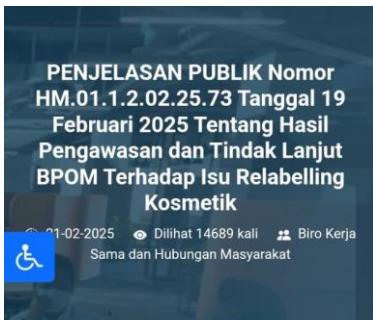
Lampiran 1 : Produk *Hair powder* di *E-commerce*(Shopee)

DOKUMENTASI DENGAN RESELLER



Lampiran 2 : Dokumentasi dengan Pak Ferry dan Produk
Hair powder

PERATURAN BPOM NO.18 TAHUN 2024



PERATURAN BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN
NOMOR 18 TAHUN 2024
TENTANG
PENANDAAN, PROMOSI, DAN IKLAN KOSMETIK
DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

KEPALA BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN,

Menimbang : bahwa untuk melaksanakan ketentuan Pasal 425 ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2024 tentang Peraturan Pemerintah tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan, perlu menetapkan Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan tentang Penandaan, Promosi, dan Iklan Kosmetik;

- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 17 tahun 2023 tentang Kesehatan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2023 Nomor 105, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 106);
2. Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2024 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2023 tentang Kesehatan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2024 Nomor 135, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6952);
3. Peraturan Presiden Nomor 80 Tahun 2017 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Kesehatan Negara Republik Indonesia Tahun 2017 Nomor 180;
4. Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 21 Tahun 2020 tentang Organisasi dan Tata Kerja Badan Pengawas Obat dan Makanan (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2020 Nomor 1002) sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 21 Tahun 2022 tentang Organisasi dan Tata Kerja Badan Pengawas Obat dan Makanan (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 629);

- 2 -

MEMUTUSKAN:

Menetapkan : PERATURAN BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN

PENJELASAN PUBLIK Nomor HM.01.1.2.02.25.73 Tanggal 19 Februari 2025 Tentang Hasil Pengawasan dan Tindak Lanjut BPOM Terhadap Isu Relabelling Kosmetik

Sehubungan dengan beredarnya isu di media sosial yang menyebutkan adanya peredaran kosmetik yang dilakukan relabeling ulang (relabelling), BPOM memberikan penjelasan sebagai berikut:

1. BPOM telah melakukan pengawasan dan pemeriksaan terhadap sarana produksi dan pihak-pihak terkait yang melakukan pelanggaran pelabelan ulang.



Lampiran 3 : Regulasi PerBPOM NO.18 Tahun 2024 tentang Penandaan, Promosi, dan Iklan Kosmetik

← Dokumen (2)



← Dok... (2) - Menyimpan...



**UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 8 TAHUN 1999
TENTANG**

PERLINDUNGAN KONSUMEN

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA
PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,

Menimbang :

1. bahwa pembangunan nasional bertujuan untuk mewujudkan suatu masyarakat adil dan makmur yang merata materil dan spiritual dalam era demokrasi ekonomi berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945;
2. bahwa pertumbuhan perekonomian nasional pada era globalisasi harus dapat mendukung tumbuhnya dunia usaha sehingga mampu menghasilkan beraneka barang dan/atau jasa yang memiliki kandungan teknologi yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat banyak dan memenuhi kebutuhan pokok bagi seluruh bangsa dan/atau jasa yang dipereleh dari perdagangan tanpa mengakibatkan kerugian konsumen;
3. bahwa semakin terbukanya pasar nasional sebagai akibat dari proses globalisasi ekonomi harus tetap menjamin peningkatan keamanan masyarakat serta kepuasan konsumen atas barang dan/atau jasa yang diberikan jasa yang dipereleh di pasar;
4. bahwa untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran pengeluaran, kepedulian, kemampuan dan kemendianan konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuhkan rasa hormat terhadap usaha yang bertanggung jawab;
5. bahwa ketetapan hukum yang melindungi kepentingan konsumen di Indonesia belum memadai;
6. bahwa berdasarkan pertimbangan tersebut di atas diperlukan perangkat peraturan perundang-undangan untuk mewujudkan keseimbangan perlindungan kepentingan konsumen dan pelaku usaha sehingga tercipta perekonomian yang sehat;



- d. mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Bagian Kedua Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Pasal 6

Hak pelaku usaha adalah :

- a. hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang dipere dagangkan;
- b. hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c. hak untuk melakukan pembelian diri sepututnya di dalam penyelesaian sengketa perlindungan konsumen;
- d. hak untuk mendapat norma laku yang tidak berbuntut secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak dituntutkan oleh barang dan/atau jasa yang dipere dagangkan;
- e. hak-hak yang ditutup dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Pasal 7

Kewajiban pelaku usaha adalah :

- a. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau dipere dagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. memperbaiki barang dan/atau jasa yang mengalami kerusakan kepada konsumen, segera mengganti dan/atau mencoba barang dan/atau jasa yang terlalu rusak;
- f. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang berlaku dipere dagangkan;
- g. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Lampiran 4 : Undang-undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Data Diri

Nama : Muchammad Faqih Yakhshyallah
Tempat, Tanggal Lahir : Semarang, 8 Mei 2003
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Alamat : Jl. Pamularsih Buntu No.10B
Semarang Barat
E-mail : muchammadfaqih170@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan:

- a. MI Gebanganom (2010-2016)
- b. MTs AL Asror (2016-2018)
- c. MA AL Asror (2018-2020)

C. Pengalaman Organisasi:

1. Magang di Walisongo Halal Center 2024
2. Magang di Pengadilan Agama Kendal 2024
3. Magang di Pengadilan Negeri Kendal 2024

Demikian daftar Riwayat hidup ini dibuat dengan sebenarnya dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 12 Juni 2025

Muchammad Faqih Yakhshyallah