

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perkembangan zaman saat ini sangatlah besar, terutama dengan adanya perkembangan kemajuan teknologi yang membawa perubahan besar terhadap pola hidup manusia. Teknologi ini sangat membantu manusia dalam melakukan berbagai kegiatan. Misalnya dalam berinteraksi dengan sesama, berkomunikasi, juga untuk mencari berita lewat media elektronik, bahkan bisa juga untuk melakukan bisnis jual beli *online* yang tanpa harus pergi kemana-mana atau beranjak dari tempat ia berada namun hanya dilakukan lewat dunia maya.

Saat ini teknologi dunia maya sering disebut dengan media internet. Internet menjadi media massa yang tidak asing di kalangan masyarakat. Semua golongan juga dapat memanfaatkannya untuk memasarkan produk usahanya melalui internet. Internet dianggap media yang paling praktis, cepat dan mudah. Dengan adanya beberapa pengaruh yang terjadi yang di akibatkan perkembangan penggunaan internet timbulah kegiatan jual beli *online* yang dimana perkembangan dari jual beli *offline* tentunya. Dengan ini suatu usaha jual beli dapat lebih mudah dalam mengakses tentunya menghemat biaya pemasaran serta waktu dan tempat yang efisien. Jual beli *online* seperti ini tidak hanya dilakukan oleh kalangan biasa tetapi, banyak juga dari kalangan mahasiswa yang terjun dalam jual beli *online* tersebut.

Kebutuhan manusia merupakan suatu keadaan akan sebagian dari pemuasan dasar yang dirasakan atau disadari. Kebutuhan adalah suatu keadaan perasaan kekurangan akan kepuasan dasar tertentu.¹ Tidak hanya sandang, pangan, dan papan tetapi dengan seiring berkembangnya zaman masyarakat juga semakin memperhatikan kebutuhan akan penampilannya. Tidak hanya kaum perempuan tetapi, sekarang ini kaum laki-laki, dan orang tua pun ingin memperhatikan penampilan mereka. Terkadang mereka memperhatikan penampilan dengan cara pergi ke salon, ke dokter kecantikan dan menggunakan produk kosmetik yang sekarang ini sudah banyak dijual dengan berbagai macam seperti halnya masker, cream pelembab siang dan malam, lipstick, hand body, minyak rambut, mascara dan lain sebagainya yang dijual baik secara *online* ataupun *offline*.

Kosmetik merupakan salah satu kebutuhan manusia yang sudah ada dan semakin berkembang dari waktu ke waktu, disamping itu pula kosmetik berperan penting untuk menunjang penampilan seseorang, bahkan bagi masyarakat dengan gaya hidup yang semakin kompleks kosmetik sudah menjadi kebutuhan pokok. Dalam upaya pemenuhan kebutuhannya, seseorang akan memilih produk yang dapat memberikan kepuasan tertinggi. Kepuasan tertinggi dapat dirasakan tidak hanya secara lahir saja namun juga secara batin sampai pada ketengangan hati.²

¹ Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* edisi tigabelas jilid 1, (Yogyakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 2008), hlm.12

² Wahyu Budi Utami, Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Membeli, *Skripsi*, (Yogyakarta: Sunan Kalijaga, 2013), hlm. 3

Konsumsi masyarakat terhadap produk kosmetik cenderung terus meningkat, seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat termasuk pola konsumsinya. Sementara itu pengetahuan masyarakat masih belum memadai untuk dapat memilih dan menggunakan produk secara tepat, benar dan aman. Di lain hal pihak pengiklan dan promosi secara gencar mendorong konsumen untuk mengkonsumsi secara berlebihan dan seringkali mereka tidak menghiraukan informasi apa yang tertera dalam produk tersebut. Dampak buruk yang lazim terjadi, antara lain menyangkut kualitas, atau mutu barang, informasi yang tidak jelas bahkan menyesatkan, pemalsuan dan sebagainya.³

Pencantuman label mengenai informasi suatu produk kosmetik merupakan suatu keharusan bagi pelaku usaha, dengan tujuan agar hak konsumen atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi suatu produk kosmetik dapat tercapai dan terpenuhi. Sehingga tidak menimbulkan kerugian bagi konsumen pada saat membeli dan menggunakannya. Selain itu, larangan tersebut dimaksudkan untuk mengupayakan agar barang yang beredar di masyarakat merupakan produk yang layak edar. Pencantuman informasi yang seharusnya diberikan dalam suatu produk kosmetik yakni meliputi, tanggal pembuatan, tanggal kadaluarsa, komposisi, manfaat, badan usaha yang memproduksi produk, cara penggunaan dan lain sebagainya.⁴

Sekarang ini pelaku dari jual beli *online* sudah banyak dijalankan dan diterapkan dikalangan mahasiswa, contohnya saja pada mahasiswa Fasih IAIN Tulungagung. Banyak dari kalangan mahasiswa sekarang ini memulai usaha

³ Zumroetin K. Soesilo, *Penyambung Lidah Konsumen*, (Jakarta: Swadaya, 1996), hlm.12

⁴ Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Bandung: Mandar Maju, 2000), hlm.18

online shop, di dalam usahanya mereka menjual dan membeli barang-barang yang sekarang ini banyak dibutuhkan atau diminati oleh banyak orang tidak lain oleh mahasiswa itu sendiri. Mereka menjual seperti halnya baju, tas, sepatu, kosmetik dll. Bagi perempuan menjaga penampilan wajah itu lebih penting. Wajah yang putih, bersih, bersinar dan menarik itu salah satu hal yang di idam-idamkan. Tak heran bahwa perempuan lebih suka mempercantik dirinya dengan menggunakan kosmetik. Sekarang ini dikalangan *online shop* banyak sekali yang menjual berbagai macam produk kosmetik yang dianggap memiliki keunggulan tersendiri. Apalagi banyak juga *online shop* yang menjual barang dagangan tersebut dengan harga yang lebih murah.

Kurangnya pemahaman dari penjual dan pembeli terhadap pentingnya keberadaan informasi dari sebuah produk itu memberikan dampak buruk bagi konsumennya. Para penjual dalam jual beli kurang mementingkan dan terlalu menganggap hal yang sepele mengenai label informasi yang tidak lengkap bahkan terkadang mereka tidak memberi label informasi pada produknya. Padahal dengan tidak adanya informasi yang jelas pada kemasan tersebut menjadikan produk yang mereka jual atau mereka beli termasuk produk yang tidak layak edar dan tidak layak untuk dikonsumsi karena, bisa saja terdapat zat kimia yang membahayakan bagi pembeli tersebut, atau barang tersebut sudah kelewat tanggal kadaluwarsa, dll. Sekarang ini banyak juga beredar masker-masker olahan yang tidak memberikan label informasi yang jelas, tidak hanya masker bahkan masih banyak kosmetik yang beredar yang kurang memberikan label informasi yang jelas. Seharusnya dalam perilaku usaha

seperti ini sebagai pelaku usaha baik itu produsen maupun konsumen harus paham dan bisa menyikapi apa yang harus mereka lakukan apabila mereka ingin membeli atau menjual suatu produk yang tidak memberikan informasi yang jelas pada produknya.

Sudah kita ketahui bahwasannya di Indonesia sudah dibentuk Undang-Undang Perlindungan Konsumen, dimana undang-undang tersebut memuat aturan-aturan yang dijadikan sebagai payung hukum bagi peraturan perundang-undangan lain yang menyangkut konsumen, dan sekaligus mengintegrasikannya sehingga dapat memperkuat penegakan hukum di bidang perlindungan konsumen. Dalam kehidupan ini sudah sangat jelas sekali bahwasannya Islam telah memberi larangan tentang jual-beli yang curang, tak hanya itu pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 pun juga telah diatur mengenai perlindungan konsumen. Sebagaimana diatur dalam bab IV mengenai perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha, pada Pasal 8 huruf (j) sebagai berikut “tidak mencantumkan informasi dan/ atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Pemakaian bahasa Indonesia dalam pencantuman label produk ini sangat penting sebab bahasa Indonesia sebagai bahasa pengantar dan secara umum bahasa Indonesia menjadi satu-satunya bahasa yang dimengerti oleh semua masyarakat.

Islam juga melarang semua bentuk transaksi yang mengandung unsur kejahatan dan penipuan. Dimana hak-hak semua pihak yang terlibat dalam sebuah perilaku ekonomi yang tidak dijelaskan secara seksama (terbuka/jelas),

akan mengakibatkan sebagian dari pihak yang terlibat menarik keuntungan, akan tetapi dengan merugikan pihak yang lain. Apapun bentuknya, segala aktivitas dalam bidang ekonomi yang tidak dihalalkan dalam Islam adalah suatu perilaku ekonomi yang mengandung unsur yang tidak jelas, tidak halal, atau melanggar dan merampas hak kekayaan orang lain.

Tentunya jika mengambil kemanfaatan bersama maka selain keuntungan duniawi dibalik itu juga akan terlaksana saling keridhaan dan itu merupakan salah satu kunci bermuamalah yang bisa membuat bisnis menjadi lebih bertahan lama dalam pengoperasiannya.

Sesuai dengan firman Allah SWT dalam Q.S an-Nisa' (4):29 :

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

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.⁵

Berdasarkan permasalahan diatas, maka penulis lebih tertarik dan merasa perlu melakukan penelitian mengenai pemahaman terhadap label informasi dan praktik jual beli kosmetik *online* dengan label informasi tidak lengkap dikalangan mahasiswa Fasih IAIN Tulungagung, apakah sudah sesuai atau belum sesuai dengan syariat Islam dan undang-undang perlindungan konsumen. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, penulis memilih judul “Praktik Jual Beli Kosmetik *Online* dengan Label Informasi Tidak Lengkap

⁵ Departemen Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an dan Terjemahannya, Syaamil Al-Qur'an, (Bandung: Sigma, 2009), hlm. 83

Ditinjau dari Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen” (Studi Kasus pada Mahasiswa Fasih IAIN Tulungagung).

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian di atas, maka peneliti merumuskan pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pemahaman mahasiswa Fasih IAIN Tulungagung terhadap label informasi pada kosmetik ?
2. Bagaimana praktik jual beli kosmetik *online* dengan label informasi tidak lengkap pada mahasiswa Fasih IAIN Tulungagung ?
3. Bagaimana tinjauan hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen terhadap praktik jual beli kosmetik *online* dengan label informasi tidak lengkap pada mahasiswa Fasih IAIN Tulungagung ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah titik akhir yang akan dicapai dalam sebuah penelitian dan juga menentukan arah penelitian agar tetap dalam koridor yang benar hingga tercapainya sesuatu yang dituju.⁶ Tujuan penelitian merupakan hasil yang ingin dicapai dalam melakukan penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah:

⁶ Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta Selatan: Salemba Humanika, 2010), hlm. 89.

1. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis bagaimana pemahaman mahasiswa Fasih IAIN Tulungagung terhadap label informasi pada kosmetik.
2. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis bagaimana praktik jual beli kosmetik *online* dengan label informasi tidak lengkap pada mahasiswa Fasih IAIN Tulungagung.
3. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis bagaimana tinjauan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen terhadap praktik jual beli kosmetik *online* dengan label informasi tidak lengkap pada mahasiswa Fasih IAIN Tulungagung.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini dapat bermanfaat sebagai sumber informasi dan inspirasi. Dengan demikian dapat memberikan tambahan pengembangan ilmu pengetahuan dan menambah khazanah ilmu pengetahuan dalam bidang Hukum Ekonomi Syari'ah.
2. Sebagai bahan kajian ilmiah khususnya bagi mahasiswa jurusan Hukum Ekonomi Syari'ah dan bagi siapa saja yang tertarik untuk mendalami permasalahan-permasalahan khususnya mengenai pemahaman terhadap label informasi dan praktik jual beli kosmetik *online* dengan label informasi tidak lengkap dalam hukum Islam dan UUPK.

3. Kegunaan Praktis

a. Bagi Penjual

Penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi penjual agar seharusnya penjual paham terlebih dahulu atas barang yang dijual, yang sesuai dengan aturan dan tanpa melanggar peraturan sehingga dalam penjualan bisa menjadi penjual yang paham dan bisa mengambil sikap taat serta patuh dengan ketentuan hukum yang ada.

b. Bagi Pembeli

Penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi konsumen yang ingin membeli produk kosmetik baik secara *online* khususnya dan *offline* umumnya. Mereka harus lebih paham dan teliti mengenai produk kosmetik yang akan mereka beli, apakah barang yang mereka beli tersebut jelas dalam hal informasi yang diberikan pada produk tersebut.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Begitu juga manfaat bagi penelitian selanjutnya, peneliti berharap hasil dari penelitian ini mampu dijadikan salah satu referensi atas penelitian selanjutnya tentang permasalahan pemahaman dan sikap terhadap pencantuman informasi pada kemasan produk, serta diharapkan mampu memberikan kasanah keilmuan untuk dikaji lebih dalam sehingga mampu dikembangkan oleh peneliti selanjutnya.

E. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalahfahaman dan kekeliruan interpretasi terhadap beberapa istilah yang dipakai dalam penelitian ini maka penulis memberikan batasan istilah sebagai berikut:

1. Penegasan Konseptual

a. Jual beli *online*

adalah suatu kegiatan jual beli di mana penjual dan pembelinya tidak harus bertemu untuk melakukan negosiasi dan transaksi. Kemudian yang digunakan oleh penjual dan pembeli untuk berkomunikasi yaitu melalui chat, komputer, telepon, sms dan sebagainya.⁷

b. Label Informasi

adalah sekumpulan data atau fakta yang telah diproses dan dikelola sedemikian rupa sehingga menjadi sesuatu yang mudah dimengerti dan bermanfaat bagi penerimanya.⁸

c. Kosmetik

merupakan suatu bahan yang dapat digunakan untuk mempercantik atau merawat diri. Secara definitif kosmetika diartikan sebagai suatu ilmu yang mempelajari kandungan bahan dan manfaat yang dihasilkan

⁷ Abdul Rahman Ghazaly, dkk, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 13

⁸ Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), hlm. 83

oleh pemakaian bahan tersebut terhadap penampilan dan kecantikan seseorang.⁹

d. Hukum Islam

Islam sebagai bentuk ketundukan dan penyerahan diri seorang hamba kepada Tuhannya. Dalam hal ini manusia mengakui bahwa dirinya sangat lemah dan mengagungkan kekuasaan Allah SWT. Kemampuan manusia tidaklah sebanding dengan kemampuan Allah SWT. Sehingga dapat diartikan hukum Islam adalah aturan-aturan hukum yang disyariatkan oleh Allah kepada hamba-Nya untuk diikuti dalam rangka menciptakan keharmonisan hubungan antara manusia dengan Allah (*habl min Allah*) maupun manusia dengan manusia (*habl min an-Nas*). Hukum Islam menjadi patokan dalam menetapkan hukum dan memecahkan masalah di berbagai kehidupan masyarakat.¹⁰

e. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 adalah hukum yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah bersifat mengatur, dan juga mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen, bisa diartikan juga bahwa Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 adalah seperangkat aturan, asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur

⁹ Rachmi Primadiati, *Kecantikan, Kosmetika & Estetika*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), hlm. 74

¹⁰ Kutbuddin Aibak, "Membaca Kembali Eksistensi Hukum Islam dalam Keragaman Hidup dan Kehidupan", dalam *Ahkam*, Volume 5, Nomor 2, November 2017, hal. 334; "Otoritas dalam Hukum Islam (Telaah Pemikiran Khaled M.Abou El Fadl)", Disertasi, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2014), hlm 94.

hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang dan/jasa konsumen, di dalam pergaulan hidup.¹¹

2. Penegasan Operasional

Maksud dari judul penelitian “Praktik Jual Beli Kosmetik *Online* dengan Label Informasi Tidak Lengkap Ditinjau dari Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen” yaitu penelitian yang dilakukan guna untuk mengetahui, mendeskripsikan, dan menganalisis bagaimana pemahaman mahasiswa fasih terhadap label informasi dan bagaimana praktiknya dalam jual beli kosmetik *online* dengan label informasi tidak lengkap serta bagaimana praktik tersebut jika ditinjau dari hukum Islam dan undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.

F. Sistematika Pembahasan

Rangkaian penulisan ini disusun menggunakan uraian sistematis sehingga dapat menunjukkan totalitas yang utuh untuk mempermudah proses pengkajian dan pemahaman terhadap persoalan yang ada. Penyusunan sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari 6 (enam) bab, tiap bab berisi uraian pembahasan yang berbeda, tetapi merupakan suatu kesatuan yang saling berhubungan. Penjabaran dari sistematika penulisan tersebut adalah sebagai berikut:

¹¹ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2014), hlm. 27

Pembahasan dalam penelitian ini terdiri dari 6 (enam) bab, sebelum bab pertama, penulis mencantumkan halaman judul, halaman pengantar, dan daftar isi.

Untuk mempermudah dalam memahami materi dalam penelitian ini, maka sebagai gambaran garis besar dari keseluruhan bab, perlu dikemukakan sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, bab ini berisi pendahuluan yang terdiri dari konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penegasan istilah, sistematika pembahasan.

BAB II Tinjauan Pustaka, bab ini menguraikan tentang jual beli dalam Islam; jual beli dalam undang-undang perlindungan konsumen; jual beli *online (salam)*; kosmetik yang berisikan pengertian, macam, manfaat, bahan yang berbahaya dalam kosmetik, ketentuan label pada kosmetik, resiko tidak ada label informasi pada kosmetik; dan penelitian terdahulu.

BAB III Metode Penelitian, bab ini menjelaskan tentang pola atau jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan data, tahapan-tahapan penelitian.

BAB IV Paparan Data dan Temuan Penelitian, dalam bab ini disajikan tentang paparan data dan temuan penelitian lapangan.

BAB V Pembahasan, bab ini memuat tentang pembahasan dari penelitian lapangan. Yang mana akan mendeskripsikan dan menganalisis praktik jual beli kosmetik *online* dengan label informasi tidak lengkap ditinjau dari hukum

Islam dan undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.

BAB VI Penutup, bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran-saran. Pada kesimpulan, uraian yang dijelaskan dalam model penelitian kualitatif adalah temuan pokok atau simpulan harus mencerminkan “makna” dari temuan-temuan tersebut sesuai dengan rumusan masalah.