

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Jual Beli dalam Islam**

##### **1. Pengertian**

Jual beli secara etimologis artinya mengganti dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Sedangkan secara terminologis, ulama Hanafiyah mendefinisikan dengan “saling menukar harta dengan harta melalui cara tertentu”, atau “tukar menukar sesuatu yang diinginkan dengan sesuatu yang sepadan melalui cara tertentu yang bermanfaat”. Dalam bentuk nyata dari muamalah, pengertian jual beli merupakan salah satu kegiatan yang telah memasyarakat di kalangan umat manusia, dan agama Islam telah memberikan peraturan dan dasar yang cukup jelas dan tegas.<sup>1</sup>

Jual beli secara khusus diartikan dengan akad *mu'awadhah* (timbang balik) atas selain manfaat dan bukan pula untuk menikmati kesenangan, bersifat mengalahkan salah satu imbalannya bukan emas dan bukan perak, objeknya jelas dan bukan utang. Sedangkan menurut ulama mazhab syafi'iyah dan hanabilah mengemukakan bahwa objek jual beli bukan hanya barang (benda), tetapi juga manfaat, dengan syarat tukar-menukar berlaku selamanya, bukan untuk sementara. Dengan demikian *ijarah* (sewa-menyewa) tidak termasuk jual beli karena manfaat digunakan untuk

---

<sup>1</sup> Kutbuddin Aibak, *Kajian Fiqh Kontemporer*, (Yogyakarta: Kalimedia, 2017), hlm. 214

sementara, yaitu selama waktu yang ditetapkan dalam perjanjian. Demikian pula ijarah yang dilakukan timbal-balik (saling pinjam), tidak termasuk jual beli, karena pemanfaatannya hanya berlaku sementara waktu.<sup>2</sup>

Kata tukar-menukar atau peralihan kepemilikan dengan penggantian, mengandung maksud yang sama bahwa kegiatan mengalihkan hak dan pemilikan itu berlangsung secara timbal balik atas dasar kehendak dan keinginan bersama. Kata secara suka sama suka atau menurut bentuk yang dibolehkan mengandung arti bahwa transaksi timbal balik ini berlaku menurut cara yang telah ditentukan, yaitu secara suka sama suka. Jual beli merupakan tindakan atau transaksi yang telah disyariatkan dalam arti teah ada hukumnya jelas dalam Islam.<sup>3</sup>

Hikmah diperbolehkannya jual beli itu adalah menghindarkan manusia dari kesulitan dalam bermuamalah dengan hartanya. Jadi Islam itu adalah agama yang sangat sempurna karena segala sesuatunya berpegang teguh pada Al-Quran dan sunnah. Supaya usaha jual beli itu berlangsung menurut cara yang dihalalkan, harus mengikuti ketentuan yang telah ditentukan. Ketentuan yang dimaksud berkenaan dengan rukun dan syarat dan terhindar dari hal-hal yang dilarang. Rukun dan syarat yang harus diikuti merujuk kepada petunjuk Nabi dan haditsnya.<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup> Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Amzah, 2015), hlm.176-177

<sup>3</sup> Laili Tazqiah, "Tinjauan Hukum Islam terhadap Transaksi E-Commerce di Media Sosial Serta Relevansinya dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik" *Skripsi*, (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2018) hlm. 23

<sup>4</sup> *Ibid.*, hlm. 24

## 2. Dasar Hukum

### a. Al-Quran

Al-Quran Surat Al-Baqarah ayat 275 yang berbunyi:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba (Q.S. Al-Baqarah: 275).<sup>5</sup>

Al-Quran Surat An-Nisa' ayat 29 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ 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.<sup>6</sup>

### b. Al Hadits

“Dari Rifa’ah ibn Rafi’ RA. Nabi Muhammad SAW., Ditanya tentang mata pencaharian yang paling baik, beliau menjawab, ‘Seseorang yang bekerja dengan tangannya dan setiap jual beli yang mabrur’. (HR. Bazzar, hakim menyahihkannya dari Rifa’ah ibn Rafi’).<sup>7</sup>

“Dua orang yang saling berjual beli punya hak untuk saling memilih selama mereka tidak saling berpisah, maka jika keduanya saling jujur dalam jual beli dan menerangkan keadaan barang-barangnya (dari aib dan cacat), maka akan diberikan barokah jual beli bagi keduanya, dan apabila keduanya saling berdusta dan saling menyembunyikan aibnya maka akan dicabut barakah jual beli dari keduanya”. (Abu Dawud dan Nasa’I, dishahihkan oleh Syaikh Al Bany).

<sup>5</sup> Departemen Agama Republik Indonesia. *AL-Qur'an dan Terjemahannya*, Surah Al-Baqarah Jus 5 Ayat 275. Surabaya: Jaya Sakti, 1997

<sup>6</sup> Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh...*, hlm. 178

<sup>7</sup> Al-Hafidz Ibnu Hajjar Al-Asqali, *Terjemah Bulughul Maram*, (Jeddah: Al-Thoba'ah Wal-Nashar Al-Tauzi', t), hlm. 165

Maksud Mabruur dalam hadits diatas adalah jual beli yang terhindar dari usaha tipu-menipu, dan merugikan orang lain.

Berdasarkan dalil-dalil tersebut diatas maka hukum dari jual beli adalah halal atau boleh.

c. Ijma'

Sedangkan berdasarkan ijma' ulama, jual beli dibolehkan dan telah dipraktekkan sejak masa Rasulullah hingga sekarang.<sup>8</sup>

### 3. Rukun dan syarat

Rukun jual beli menurut Hanafiah adalah *ijab* dan *qobul* yang menunjukkan sikap saling tukar-menukar, atau saling memberi. Atau dengan redaksi yang lain, *ijab qobul* adalah perbuatan yang menunjukkan kesediaan masing-masing kepada pihak lain, dengan menggunakan perkataan dan perbuatan.

Menurut jumhur ulama rukun jual beli itu ada empat yaitu:

- a) Ada orang yang berakad atau *al-muta'qidain* (penjual dan pembeli);
- b) Ada shigat (lafal *ijab* dan *qobul*);
- c) Ada objek akad (*ma'qud 'alaih*);
- d) Ada nilai tukar pengganti barang.<sup>9</sup>

1. Rukun dan syarat terjadinya akad (*in 'iqad*):

- a. *Shigat* (pernyataan), yaitu *ijab* dan *qobul* (serah terima) antara penjual dan pembeli engan lafadz yang jelas bukan secara sindiran yang harus

---

<sup>8</sup> Sayyid Sabid, *Fiqh al-Sunnah*, juz III (Beirut: Daar al-Fikr, 1983), hlm.21

<sup>9</sup> Nasroen Harun, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), hlm. 115

membutuhkan tafsiran sehingga akan menimbulkan perbedaan. Para ulama menetapkan tiga syarat dalam *ijab qobul*, yaitu:<sup>10</sup>

1. *Ijab* dan *qobul* harus jelas maksudnya sehingga dipahami oleh pihak yang melangsungkan akad.
  2. Antara *ijab* dan *qobul* harus sesuai dan tidak diselangi dengan kata-kata lain antar *ijab* dan *qobul*.
  3. Antara *ijab* dan *qobul* harus bersambung dan berada di tempat yang sama jika kedua pihak hadir, atau berada di tempat yang sudah diketahui keduanya. Bersambungnya akad dapat diketahui dengan adanya sikap saling mengetahui di antara kedua pihak yang melangsungkan akad, seperti kehadiran keduanya di tempat berbeda, tetapi dimaklumi oleh keduanya.
- b. *Aqidayn* (yang membuat perjanjian), yaitu penjual dan pembeli, dengan syarat keduanya harus sudah baligh dan berakal.<sup>11</sup> serta orang yang memiliki *ahliyah* (kecakapan) dan *wilayah* (kekuasaan) sehingga mengerti benar tentang hakekat barang yang dijual. Adapun syarat-syarat bagi orang yang melakukan akad adalah:
1. *Aqil* (berakal), karena hanya orang yang sadar dan berakal yang sanggup melakukan transaksi jual beli secara sempurna. Karena, itu anak kecil yang belum tahu apa-apa dan orang gila tidak dibenarkan melakukan transaksi jual beli tanpa kontrol pihak

---

<sup>10</sup> Laili Tazqiah, "*Tinjauan Hukum Islam...*", hlm.25

<sup>11</sup> Hamzah Ya'kub, *Kode Etik Dagang Menurut Islam (Pola Pembinaan Hidup Dalam Berekonomi)*, (Bandung: Diponegoro, 1992), Cet. II, hlm. 79-81

walinya, karena akan menimbulkan berbagai kesulitan dan akibat-akibat buruk, misalnya penipuan dan sebagainya.

2. *Tamyis* (dapat membedakan), yaitu sebagai pertanda kesadaran untuk membedakan yang baik dan yang buruk.
  3. *Mukhtar* (bebas atau kuasa memilih), yaitu bebas melakukan transaksi jual beli, lepas dari paksaan dan tekanan, berdasarkan dari dalil Al-Quran surat An-Nisa' ayat 29.
- c. *Ma'qud alaihi*, yaitu barang yang dijual belikan. Syarat harus barang yang jelas dan tidak semu. Barang itu harus ada manfaatnya, karena Allah mengharamkan jual beli *khamr*, babi dan lain-lain yang masuk dalam hukumnya. Syarat yang harus dipenuhi oleh objek akad (*ma'qud 'alaihi*) adalah sebagai berikut:
1. Bersih barangnya. Adapun yang dimaksud dengan bersih barangnya adalah barang yang diperjual-belikan bukanlah benda yang dikualifikasi sebagai benda najis, atau yang digolongkan sebagai benda yang diharamkan.<sup>12</sup>
  2. Barang yang dijual harus *maujud* (ada). Oleh karena itu, tidak sah jual beli barang yang tidak ada (*ma'dum*) atau yang dikhawatirkan tidak ada.
  3. Barang yang dijual harus *mal mutaqawwim*. Pengertian *mal mutaqawwim* adalah setiap barang bisa dikuasai secara langsung dan boleh diambil manfaatnya dalam keadaan ikhtiyar. Dengan

---

<sup>12</sup> Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2012), hlm. 143

demikian, tidak sah jual beli mal yang *ghair mutaqawwim*, seperti babi, darah, dan bangkai.

4. Barang yang dijual harus barang yang sudah dimiliki.
  5. Barang yang dijual harus bisa diserahkan pada saat dilakukannya akad jual beli.<sup>13</sup>
- d. Ada nilai tukar pengganti barang (harga barang). Nilai tukar barang adalah termasuk unsur yang terpenting. Dan pada zaman sekarang ini umumnya menggunakan mata uang sebagai alat nilai tukar barang. Adapun harga yang dapat dipermainkan para pedagang adalah:<sup>14</sup>
1. Harga yang disepakati kedua belah pihak harus jelas jumlahnya.
  2. Dapat diserahkan pada saat waktu akad (transaksi), sekalipun secara hukum seperti pembayaran dengan cek atau kredit. Apabila barang itu dibayar kemudian (hutang), maka waktu pembayaran pun harus jelas waktunya.
  3. Apabila jual beli itu dilakukan secara barter, maka barang yang dijadikan nilai tukar, bukan barang yang diharamkan syara' seperti babi dan *khamr*, karena kedua jenis benda tersebut tidak bernilai dalam pandangan syara'.
- Syarat sah jual beli terbagi kedalam dua bagian, yaitu syarat umum dan syarat khusus. Syarat umum adalah syarat yang harus ada pada setiap jenis

---

<sup>13</sup>Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh...*, hlm.190

<sup>14</sup>Hadi Mulyo, Shobahussurur, *Fiqh dan Hikmah Hukum Islam*, (Semarang: CV. Adhi Grafika, 1992), hlm. 375

jual beli agar jual beli tersebut dianggap sah menurut syara'. Secara global akad jual beli harus terhindar dari enam macam 'aib':<sup>15</sup>

- a. Ketidakjelasan (*jahalah*), ketidak jelasan yang serius yang mendatangkan perselisihan yang sulit untuk diselesaikan.

Ketidakjelasan ini ada empat macam yaitu:

1. Ketidakjelasan dalam barang yang dijual, baik jenisnya, macamnya, atau kadarnya menurut pandangan pembeli;
2. Ketidakjelasan harga;
3. Ketidakjelasan masa (*tempo*), seperti dalam harga yang diangsur, atau maka dalam *khiyar syarat*. Dalam hal ini waktu harus jelas, apabila tidak jelas maka akad menjadi batal;
4. Ketidakjelasan dalam langkah-langkah penjaminan. Misalnya penjual mensyaratkan diajukannya seorang kafil (penjamin). Dalam hal ini penjamin tersebut harus jelas. Apabila tidak jelas maka akad jual beli menjadi batal.

- b. Pemaksaan (*al-ikrah*), mendorong orang lain (yang dipaksa) untuk melakukan suatu perbuatan yang tidak disukainya. Paksaan ada dua macam yakni:

1. Paksaan absolut, yaitu paksaan dengan ancaman yang sangat berat, seperti akan dibunuh, atau dipotong anggota badannya.
2. Paksaan relatif, yaitu paksaan dengan ancaman yang lebih ringan seperti dipukul.

---

<sup>15</sup> Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh...*, hlm. 190



Kedua ancaman tersebut memiliki pengaruh terhadap jual beli, yakni menjadikannya jual beli yang *fasid* menurut jumhur Hanafiah, dan *mauquf* menurut Zufar.

- c. Pembatasan dengan waktu (*at-tauqit*), yaitu jual beli yang dibatasi waktunya. Seperti: “Saya jual baju ini kepadamu untuk selama satu bulan atau satu tahun”. Jual beli semacam ini hukumnya fasid, karena kepemilikan atas suatu barang tidak bisa dibatasi waktunya.
- d. Penipuan (*gharar*), yang dimaksud disini gharar dalam sifat barang. Seperti seseorang menjual sapi dengan pernyataan bahwa sapi itu air susunya sehari sepuluh liter, padahal kenyataannya paling banyak dua liter. Akan tetapi, apabila ia menjualnya dengan pernyataan air susunya lumayan banyak tanpa menyebutkan kadarnya maka masuk dalam syarat yang shahih. Akan tetapi apabila *gharar* (penipuan) pada wujud (adanya) barang maka ini membatalkan jual beli.
- e. Kemudaratan (*adh-dharar*), kemudaratan ini terjadi apabila penyerahan barang yang dijual tidak mungkin dilakukan kecuali dengan memasukkan kemudaratan kepada penjual, dalam barang selain objek akad. Seperti seseorang menjual baju (kain) satu meter, yang tidak bisa dibagi dua. Dalam pelaksanaannya terpaksa baju (kain) tersebut dipotong, walaupun hal itu merugikan penjual.

Dikarenakan kerusakan ini untuk menjaga hak perorangan, bukan hak syara’ maka para fuqaha menetapkan, apabila penjual

melaksanakan kemudahan atas dirinya, dengan cara memotong baju (kain) dan menyerahkannya kepada pembeli.

- f. Syarat-syarat yang merusak, yaitu setiap 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 di rumah itu selama masa tertentu setelah terjadinya akad jual beli.<sup>16</sup>

## 2) Syarat kelangsungan jual beli (*Syarat Nafadz*)

Untuk kelangsungan jual beli diperlukan dua syarat sebagai berikut.

- a. Kepemilikan atau kekuasaan, pengertian kepemilikan atau hak milik sebagaimana telah dijelaskan dalam uraian yang lalu adalah menguasai sesuatu dan mampu men-*tasarruf*-kannya sendiri, karena tidak ada penghalang yang ditetapkan oleh syara'. Sedangkan *wilayah* atau kekuasaan adalah kewenangan itu maka akad yang dilakukan hukumnya sah dan dapat dilangsungkan.
- b. Pada benda yang dijual (*mabi'*) tidak terdapat hak orang lain, apabila dalam barang yang dijadikan objek jual beli itu terdapat hak orang lain, maka akadnya *mauquf* dan tidak bisa dilangsungkan. Oleh karena itu, tidak *nafidz* (dilangsungkan) jual beli yang dilakukan oleh orang yang

---

<sup>16</sup> *Ibid.*, hlm. 193

menggadaikan terhadap barang yang sedang digadaikan, dan juga oleh orang yang menyewakan terhadap rumah yang sedang disewakan, melainkan jual belinya *mauquf* menunggu persetujuan *murtahin* (penggadai), dan *musta'jir* (penyewa).<sup>17</sup>

c. Syarat mengikatnya jual beli (*Syarat Luzum*)

Untuk mengikatnya (*luzum-nya*) jual beli diisyaratkan akad jual beli terbebas dari salah satu jenis *khiyar* yang membolehkan kepada salah satu pihak untuk membatalkan akad jual beli, seperti *khiyar syarat*, *khiyar ru'yah*, dan *khiyar 'aib*. Apabila di dalam akad tersebut tidak salah satu jenis *khiyar* ini maka akad tersebut tidak mengikat kepada orang yang memiliki hak *khiyar*, sehingga ia berhak membatalkan jual beli atau meneruskan atau menerimanya.<sup>18</sup>

#### 4. Macam-macam

Jual beli dapat ditinjau dari beberapa segi. Ditinjau dari objek jual beli, dari segi pelaku jual beli, dari segi hukum jual beli, dari segi pertukaran jual beli, dan dari segi harga jual beli.<sup>19</sup>

a) Macam-macam jual beli ditinjau dari segi obyek jual beli

1) Jual beli benda yang kelihatan

Yaitu pada waktu melakukan akad jual beli benda atau barang yang diperjual belikan ada di depan penjual dan pembeli. Hal ini

---

<sup>17</sup> *Ibid.*, hlm. 194

<sup>18</sup> *Ibid.*, hlm. 195

<sup>19</sup> Ibrahim Muhammad Al Jamal, *Fiqh Muslimah*, (Jakarta: Pustaka Amani, 1995), hlm.

lazim dilakukan masyarakat banyak dan boleh dilakukan, seperti membeli beras di pasar.

2) Jual beli yang disebutkan sifat-sifatnya dalam perjanjian

Yaitu jual beli *salam* (pesanan). Menurut kebiasaan para pedagang, *salam* adalah untuk jual beli yang tidak tunai, *salam* pada awalnya berarti meminjamkan barang atau sesuatu yang seimbang dengan harga tertentu, maksudnya ialah perjanjian yang penyerahan barang-barangnya ditangguhkan hingga masa tertentu, sebagai imbalan harga yang telah ditetapkan ketika akad.

3) Jual beli benda yang tidak ada serta tidak dapat dilihat

Yaitu jual beli yang dilarang oleh agama Islam karena, barangnya tidak tentu sehingga dikhawatirkan barang tersebut diperoleh dari curian atau barang titipan yang akibatnya dapat menimbulkan kerugian salah satu pihak.

b) Macam-macam jual beli ditinjau dari segi pelaku akad (Subyek)

1) Dengan Lisan, penyampaian akad yang dilakukan oleh kebanyakan orang seperti dengan berbicara.

2) Dengan Perantara atau Utusan, penyampaian akad jual beli melalui perantara, utusan, tulisan, atau surat menyurat sama halnya dengan *ijab qobul* dengan ucapan, misalnya via pos, dan giro. Jual beli ini dilakukan antara penjual dan pembeli tidak berhadapan dalam satu majelis akad, tetapi melalui pos dan giro, jual beli seperti ini dibolehkan menurut syara'.

- 3) Jual beli dengan perbuatan, yaitu mengambil dan memberikan barang tanpa *ijab qobul*, seperti seseorang mengambil rokok yang sudah bertuliskan label harganya, dibandrol oleh penjual kemudian.

## 5. Jual beli yang dilarang

### a. Jual beli ketika panggilan adzan

Jual-beli tidak sah dilakukan bila telah masuk kewajiban untuk melakukan shalat Jum'at.<sup>20</sup> Yaitu setelah terdengar panggilan adzan yang kedua, berdasarkan Firman Allah Ta'ala:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا نُودِيَ لِلصَّلَاةِ مِنْ يَوْمِ الْجُمُعَةِ فَاسْعَوْا إِلَىٰ ذِكْرِ اللَّهِ وَذَرُوا الْبَيْعَ  
 ذَٰلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, apabila diseru untuk menunaikan shalat pada hari Jum'at, maka bersegeralah kamu kepada mengingat Allah dan tinggalkanlah jual beli. Yang demikian itu lebih baik bagimu jika kamu mengetahui." (QS. Al-Jumu'ah : 9).<sup>21</sup>

### b. Jual beli untuk kejahatan

Allah melarang kita menjual sesuatu yang dapat membantu terwujudnya kemaksiatan dan dipergunakan kepada yang diharamkan Allah. Karena itu, tidak boleh menjual sirup yang dijadikan untuk membuat *khamer* karena hal tersebut akan membantu terwujudnya permusuhan.<sup>22</sup>

<sup>20</sup> Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah*, Jilid III, (Jakarta: Pena Pundi Aksara, 2006), hlm. 127

<sup>21</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *AL-Qur'an dan Terjemahannya*, Surah AlJumuah Jus 28 Ayat 9, (Surabaya: Jaya Sakti, 1997), hlm. 933

<sup>22</sup> Mardani, *Hukum Sistem Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers 2015), hlm. 109

c. Jual beli *gharar*

Definisi *gharar* adalah sesuatu yang tidak diketahui bahaya dikemudian hari, dari barang yang tidak diketahui hakikatnya. Jual beli *gharar* adalah jual beli yang mengandung unsur-unsur penipuan dan penghianatan, baik dari ketidak jelasan dalam objek jual-beli atau ketidakpastian dalam pelaksanaannya. Dasar tidak diperbolehkannya jual-beli *gharar* yaitu hadis Nabi dari Abu Hurairah menurut riwayat Muslim:

نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْحَصَاةِ وَعَنْ بَيْعِ الْغَرَرِ

Artinya : "Rasulullah Saw melarang jual beli *hashah* (jual-beli dengan melempar kerikil) dan jual beli *gharar*" (HR. Muslim).<sup>23</sup>

d. Perdagangan yang menipu

Islam sangat melarang segala bentuk penipuan, untuk itu Islam sangat menuntut suatu perdagangan yang dilakukan secara jujur dan amanah. Seperti Hadis Riwayat Muslim bahwasannya Rasulullah pernah bersabda:

مَنْ غَشَّنَا فَلَيْسَ مِنَّا، وَالْمَكْرُ وَالْخِدَاعُ فِي النَّارِ

Artinya: "Barangsiapa yang menipu, maka ia tidak termasuk golongan kami. Orang yang berbuat makar dan pengelabuan, tempatnya di neraka". (HR. Muslim).<sup>24</sup>

Termasuk dalam kategori menipu dalam perdagangan adalah *Ghisyah*, yaitu menyembunyikan cacat barang yang dijual, dapat pula dikategorikan sebagai *ghisyah* adalah mencampurkan barang-barang jelek ke dalam barang-barang yang berkualitas baik, sehingga pembeli akan mengalami

<sup>23</sup> Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, cet. 10 (Jakarta: Raja Grafindo, 2016), hlm. 82

<sup>24</sup> *Ibid*,...83

kesulitan untuk mengetahui secara tepat kualitas dari suatu barang yang diperdagangkan. Dengan demikian, penjual akan mendapatkan harga yang tinggi untuk kualitas barang yang jelek.<sup>25</sup>

## **B. Jual Beli dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen**

### **1. Pengertian**

Salim mendefinisikan perjanjian jual beli dalam bukunya yaitu sebagai suatu perjanjian yang dibuat antara pihak penjual dan pembeli. Di dalam perjanjian itu pihak penjual berkewajiban untuk menyerahkan objek jual beli kepada pembeli dan berhak menerima harga dan pembeli berkewajiban untuk membayar harga dan berhak menerima objek tersebut. Sehingga unsur-unsur yang tercantum dalam definisi tersebut adalah

- a. adanya subjek hukum, yaitu produsen dan konsumen;
- b. adanya kesepakatan antara penjual dan pembeli tentang barang dan harga;
- c. adanya hak dan kewajiban yang timbul antara pihak produsen dan konsumen.<sup>26</sup>

### **2. Subjek hukum**

- a. Produsen atau pelaku usaha

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, tidak memakai istilah produsen, melainkan menggunakan kata pelaku usaha, sekalipun pada dasarnya apa yang dimaksudkan

---

<sup>25</sup> Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2009), hlm. 59-60

<sup>26</sup> Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia*, (Jakarta: PT Grasindo, 2006), hlm. 4

dengan pelaku usaha dalam UUPK sama dengan cakupan produsen yang dikenal di Belanda.<sup>27</sup>

Dalam Pasal 1 angka 3 UUPK menjelaskan, apa yang dimaksud dengan Pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha berbagai bidang ekonomi.

Secara tegas di dalam UUPK telah diatur hak dan kewajiban produsen atau pelaku usaha. Di mana pengaturan tentang hak produsen atau pelaku usaha terdapat dalam Pasal 6, yang menentukan sebagai berikut:

- 1) Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- 2) Hak untuk memperoleh perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- 3) Hak untuk melakukan pembelaan dari sepatutnya di dalam penyelesaian hukum engketa konsumen;
- 4) Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- 5) Hak-hak yang diatur dalam perundang-undangan lainnya.

Di samping pengaturan hak dari produsen atau pelaku usaha, UUPK juga mengatur tentang kewajiban dari Produsen atau pelaku usaha yang ditentukan secara tegas dalam Pasal 7 UUPK sebagai berikut:

---

<sup>27</sup> Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 9



- 1) Beritikad baik dalam menjalankan usaha;
- 2) Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi, jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;
- 3) Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar, jujur dan tidak diskriminatif;
- 4) Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau yang diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- 5) Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberikan jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau diperdagangkan;
- 6) Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- 7) Memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan tidak sesuai dengan yang dijanjikan;

Pasal 8 UUPK menyatakan tentang perbuatan-perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha yaitu sebagai berikut :

- 1) Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang :
  - a. Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standart yang dipersyaratkan dan ketentuan perundang-undangan;
  - b. Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
  - c. Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
  - d. Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
  - e. Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
  - f. Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
  - g. Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;

- h. Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label;
  - i. Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat;
  - j. Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
- 2) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.
  - 3) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.
  - 4) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

Perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha yang dimaksud dalam penelitian ini adalah memasarkan suatu produk yang tidak memasang label pada produknya. Hal ini sesuai dengan Pasal 8 Ayat (1) Huruf i yang menyatakan bahwa “tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat.”

Apabila pelaku usaha melanggar larangan memperdagangkan barang/jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut, maka pelaku usaha dapat dipidana berdasarkan Pasal 62 ayat (1) UU Perlindungan Konsumen yang berbunyi:

Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2) dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2 miliar.

b. Konsumen

Di dalam Pasal 1 Angka 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) memberikan pengertian Konsumen sebagai berikut: Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Pengaturan tentang hak dan kewajiban konsumen dijumpai dalam Pasal 4 dan Pasal 5 UUPK. Hak konsumen diatur dalam Pasal 4, yaitu:<sup>28</sup>

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keseluruhan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
2. Hak untuk memilih dan mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
3. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

---

<sup>28</sup> Undang-Undang RI Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, hlm.4-6

Selain dari pada ketentuan yang mengatur tentang hak-hak konsumen di atas, UUPK juga mengatur tentang apa saja yang menjadi kewajiban dari konsumen, yang diatur dalam Pasal 5:

1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa demi keamanan dan keselamatan;
2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang lebih disepakati;
4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen.

### **3. Obyek jual beli**

Pada hukum perlindungan konsumen yang termasuk obyek jual- beli sebagai berikut:

- a. Barang adalah setiap benda baik berwujud atau tidak berwujud baik bergerak atau tidak bergerak dapat dihabiskan maupun tidak dihabiskan yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan atau dimanfaatkan oleh konsumen;
- b. Jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan konsumen baik pengertian barang dan jasa ini tidak dibatasi oleh undang- undang misalnya jasa dalam bidang kesehatan atau medis, pendidikan baik secara umum maupun agama, konsultasi dan lain-lain.<sup>29</sup>

---

<sup>29</sup> Halim Barkatullah, *Hukum Perlindungan Konsumen....*, hlm. 12

#### 4. Tahap-tahap Transaksi

Transaksi konsumen adalah proses peralihan kepemilikan barang dan/atau pemanfaatan jasa dari pelaku usaha kepada konsumen. Tahap transaksi konsumen terdiri dari 3 (tiga) tahap yaitu:

##### a. Tahap Pra Transaksi

Dalam tahap ini, konsumen masih dalam proses pencarian informasi atas suatu barang, peminjaman, pembelian, penyewaan, atau leasing. Di sini konsumen membutuhkan informasi yang akurat tentang karakteristik suatu barang dan/atau jasa. Artinya pelaku usaha dalam hal ini penjual harus memberikan keterangan yang berkaitan dengan bahan yang digunakan dari barang-barang yang ditawarkannya, mutu, jumlah atau berat yang dicantumkan, jaminan dan/atau garansi yang disediakan tentang barang dan jasa tertentu. Informasi tersebut juga harus jelas pengungkapannya atau pemaparannya, keseluruhannya harus demikian jelas sehingga tidak menimbulkan dua pengertian yang berbeda dan dapat dipahami masyarakat. Selanjutnya penyusunan keterangan atau informasi haruslah jujur dan beritikad baik dalam menjalankan tugasnya.<sup>30</sup>

##### b. Tahap Transaksi

Dalam transaksi ini kedua belah pihak betul-betul harus beritikad baik sesuai dengan kapasitasnya masing-masing. Konsumen berkewajiban untuk menjalankan dengan itikad baik. Itikad baik disini tertuju pada

---

<sup>30</sup> Ida Nurhayati & Elisabeth Y.M.B, *Perlindungan Konsumen Melalui Kontrol Sosial Formal dan Informal...*, hlm. 71

transaksi pembelian barang dan/atau jasa. Hal ini tentu saja disebabkan karena bagi konsumen untuk mendapatkan kerugian produsen mulai pada saat melakukan transaksi dengan produsen. Berbeda dengan pelaku usaha, terjadinya kerugian bagi konsumen dimulai sejak barang dirancang atau diproduksi oleh produsen. Mengenai itikad baik sudah diatur dalam Pasal 5 huruf b UUPK.<sup>31</sup>

c. Pasca Transaksi

Dapat disebut dengan tahap purna jual, dimana penjual menjajikan beberapa pelayanan cuma-cuma dalam jangka waktu tertentu. Terjadi pemakaian, penggunaan dan/atau pemanfaatan barang dan jasa yang telah beralih kepemilikannya atau pemanfaatannya dari pelaku usaha kepada konsumen.<sup>32</sup>

### C. Jual Beli *Online* (*As-Salam*)

#### 1. Pengertian

Menurut Bahasa dari kata “*As-Salaf* “ yang artinya pendahuluan karena pemesan barang menyerahkan uang di muka. Salam adalah akad jual beli barang pemesanan (*muslam fih*) dengan pengiriman dikemudian hari oleh penjual (*muslam illaihi*) dan pelunasannya dilakukan oleh pembeli (*al-muslam*) pada saat akad disepakati sesuai dengan syarat-syarat tertentu.<sup>33</sup> Dikatakan salam karena orang yang memesan menyerahkan

---

<sup>31</sup> *Ibid*, hlm. 73

<sup>32</sup> *ibid*, hlm. 75

<sup>33</sup> M. Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah: Dari Teori ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani, 2011), hlm. 108

harta pokoknya dalam majelis dan dikatakan salaf karena ia menyerahkan uangnya terlebih dahulu sebelum menerima dagangan.<sup>34</sup>

Jual beli *online* dimulai pertama kali di Inggris pada tahun 1979 oleh Michael Aldrich dari Redifon Cmputers. Ia menyambungkan televisi berwarna dengan komputer yang mampu memproses transaksi secara realtime melalui sarana kabel telepon. Sejak tahun 1980, ia menjual sistem belanja daring yang ia temukan di berbagai penjuru Inggris.

Pada tahun 1992, Charles Stack membuat took buku daring pertamanya yang bernama Book Stacks Unlimited yang berkembang menjadi books.com yang kemudian diikuti oleh Jeff Bezos dalam membuat situs web Amazon.com dua tahun kemudian. Selain itu, Pizza Hut juga menggunakan media belanja *online* untuk memperkenalkan pembukaan took pizza *online*.

Kemudian pada tahun 1996, eBay situs belanja daring lahir dan kemudian berkembang menjadi salah satu situs transaksi daring terbesar hingga saat ini. Di Indonesia sendiri, fenomena transaksi dengan menggunakan fasilitas internet (*E- Commerce*) ini sudah dikenal sejak tahun 1996 dengan munculnya situs www. Sanur.com sebagai toko buku *online* pertama.

## **2. Dasar Hukum**

### **a. Al-Quran**

Allah berfirman dalam QS.Al-Baqarah ayat 282:

---

<sup>34</sup> M. A. Asyhari, *Halal dan Haram*, (gresik: CV. Bintang Remaja, 1989), hlm. 371.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَى أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ....

Artinya: “hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya”.<sup>35</sup>

b. As-sunnah

عَنْ ابْنِ عَبَّاسٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ قَالَ قَدِمَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ الْمَدِينَةَ وَهُمْ يُسْلِفُونَ بِالْتَّمْرِ السَّنَتَيْنِ وَالثَّلَاثَ فَقَالَ مَنْ أَسْلَفَ فِي شَيْءٍ فَفِي كَيْلٍ مَعْلُومٍ وَوَزْنٍ مَعْلُومٍ إِلَى أَجَلٍ مَعْلُومٍ

Dari Ibnu Abbas, ia berkata: Nabi saw datang ke Madinah, dan mereka meminjamkan uang untuk pembelian kurma dua atau tiga tahun mendatang. Maka Nabi bersabda:” Barangsiapa menghutangkan dalam sesuatu, hendaklah dengan takaran yang jelas dan timbangan yang jelas sampai waktu yang jelas.” (HR Bukhari, Kitab al-Salam)<sup>36</sup>

c. Ijma’

Bolehnya jual beli salam dikutip dari perkataan Ibnu Mundzabir yang mengatakan bahwa semua ahli ilmu (ulama) telah sepakat bahwa jual beli salam diperbolehkan karena terdapat kebutuhan dan keperluan untuk memudahkan urusan manusia.<sup>37</sup>

### 3. Rukun dan Syarat

Rukun salam ada tiga, yaitu:

- Pelaku, terdiri atas penjual (*muslim illahi*) dan pembeli (*al-muslam*) yang harus cakap hukum dan baligh.
- Objek akad, berupa barang yang akan diserahkan (*muslam fiih*) dan modal salam (*ra'si maalis salam*).

Syarat yang terkait modal *salam*, yaitu:

<sup>35</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya...*, hlm. 58

<sup>36</sup> CD Hadits, *Kutub at-Tis'ah*, Muslim no. 3010

<sup>37</sup> Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), hlm 131



- 1) Modal salam harus diketahui jenis dan jumlahnya
- 2) Modal salam berbentuk uang tunai
- 3) Modal salam diserahkan ketika akad berlangsung, tidak boleh utang atau pelunasan piutang.

Syarat yang terkait barang salam, yaitu:

- 1) Barang tersebut harus dapat dijelaskan sifat, jenis, kadar, macam dan kualitasnya
  - 2) Waktu penyerahan barang harus jelas
  - 3) Barang harus ada ditangan penjual pada waktu yang ditentukan
  - 4) Barang tersebut harus dapat dibedakan mempunyai spesifikasi dan karakteristik yang jelas sehingga tidak gharar
  - 5) Penyerahan barang harus diwaktu kemudian, tidak bersamaan dengan penyerahan harga pada waktu terjadinya akad; bila barang diserahkan langsung maka tidak disebut *salam*<sup>38</sup>
  - 6) Barang boleh dikirim sebelum jatuh tempo asalkan diketahui oleh kedua pihak
  - 7) Penjualan kembali barang yang dipesan sebelum diterima tidak diperbolehkan secara syariah
- c. *Ijab Qabul* (serah terima) adalah pernyataan dan ekspresi saling ridho diantara pelaku-pelaku akad baik secara verbal, tertulis, melalui korespondensi atau menggunakan cara-cara komunikasi modern.<sup>39</sup>

---

<sup>38</sup> Imam Mustofa, *Fiqh Muamalah Kontemporer*, (Jakarta:Rajawali Pers, 2016), hlm. 88

<sup>39</sup> Imam Mustofa, *Fiqh Muamalah Kontemporer*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016), hlm. 33-35.

#### 4. Akad Salam Secara E-Commerce

Transaksi jual beli di dunia maya atau *e-commerce* merupakan salah satu produk dari internet yang merupakan sebuah jaringan komputer yang saling terhubung antara satu dengan yang lainnya melalui media komunikasi seperti kabel, telepon, satelit.<sup>40</sup> *E-Commerce* juga dapat meliputi transfer informasi secara elektronik antara bisnis.<sup>41</sup> *E-commerce* merupakan salah satu implementasi dari bisnis online. Berbicara mengenai bisnis *online* tidak terlepas dari transaksi seperti jual beli via internet. Transaksi inilah yang kemudian dikenal dengan *electronic commerce* yang lebih populer dengan istilah *e-commerce*, yang artinya merupakan aktivitas pembeli, penjualan, pemasaran dan pelayanan atas produk dan jasa yang ditawarkan melalui jaringan komputer. Transaksi di dunia maya umumnya menggunakan media sosial seperti Instagram, Line, Whatsapp, Facebook, Twitter, dan lainnya. Dalam transaksi di dunia maya, antara para pihak yang bertransaksi baik bertemu langsung, akan tetapi dapat berkomunikasi langsung, baik secara video maupun audio visual. Akad dalam transaksi elektronik di dunia maya berbeda dengan akad secara langsung. Transaksi elektronik biasanya menggunakan akad tertulis, seperti melalui sms, BBM, e-mail dan sejenisnya.

Jual beli melalui media elektronik adalah transaksi jual beli yang dilakukan via teknologi modern, tergantung rukun dan syarat yang berlaku

---

<sup>40</sup> Imam Mustofa, "Transaksi Elektronik (E-Commerce) dalam Perspektif Fiqh" *Jurnal Hukum Islam*, (Pekalongan: STAIN Pekalongan, Volume 10, No 2, Desember 2012), hlm. 159

<sup>41</sup> Ridwan Sanjaya dan Wisnu Sanjaya, *Membangun Kerajaan Bisnis Online (Tuntunan Praktis Menjadi Pebisnis Online)*, (Jakarta: Kompas Gramedia, 2009), hlm. 36

dalam jual beli. Apabila rukun dan syarat terpenuhi maka transaksi semacam ini sah. Sebagai sebuah transaksi yang mengikat, apabila tidak terpenuhi, maka transaksi tersebut tidak sah. Umumnya, penawaran dan akad dalam transaksi elektronik dilakukan secara tertulis, dimana suatu barang dipajang dihalaman internet dengan dilebeli harga tertentu. Kemudian bagi konsumen atau pembeli yang menghendaki maka mentransfer uang sesuai dengan harga yang tertera dan ditambah ongkos kirim.

#### **D. Kosmetik**

##### **1. Pengertian**

Definisi kosmetik dalam Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1175/MENKES/PER/2010 Pasal 1 “Kosmetika adalah bahan atau sediaan yang dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia (epidermis, rambut, kuku, bibir dan organ genital bagian luar) atau gigi dan membrane mukosa mulut terutama untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan dan atau memperbaiki bau badan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi baik”. Sedangkan definisi kosmetik sesuai Pasal 1 angka 1 Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 445/MENKES/PER/V/1998 tentang Bahan, Zat, Pewarna, Substratum, Zat Pengawet, dan tabir surya pada Kosmetika adalah peduan bahan yang siap untuk digunakan pada bagian tubuh luar (kulit, rambut, kuku, bibir dan organ kelamin luar), gigi dan rongga mulut untuk memberikan, menambah daya tarik, mengubah

penampakan, melindungi supaya tetap dalam keadaan baik, memperbaiki bau badan, tetapi tidak dimaksudkan untuk mengobati atau dapat menyembuhkan suatu penyakit.

Setelah melihat penjelasan mengenai pengertian kosmetik seperti yang di atas, maka dapat di tarik kesimpulan bahwa kosmetik adalah bagian dari kehidupan manusia yang semakin berkembang. Kosmetik sangat mempunyai peran penting bagi kecantikan, tapi juga untuk memperbaiki, mencegah dan juga untuk tetap menjaga kesehatan kulit bagi penggunaanya. Bahan utama yang dapat digunakan untuk kosmetik adalah bahan dasar yang berkasiat, bahan aktif dan di tambah bahan tambahan lain seperti bahan pewarna, bahan pewangi, pada pencampuran bahan-bahan tersebut harus memenuhi kaidah pembuatan kosmetik ditinjau dari berbagai segi teknologi, kimia teknik dan lainnya.<sup>42</sup>

Kejelasan tentang kosmetika dengan disebutkannya dalam UndangUndang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan BAB I tentang ketentuan umum Pasal 1 angka 4 “Kersediaan farmasi adalah obat, bahan obat, obat tradisional, dan kosmetika”.<sup>43</sup> Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan dalam bagian kelima belas menjelaskan tentang Pengamanan dan penggunaan sediaan farmasi dan alat kesehatan dalam Pasal 105,106,107.<sup>44</sup> Dimana dalam Pasal 105 dijelaskan “Sediaan farmasi yang berupa obat dan bahan baku obat harus memenuhi syarat

---

<sup>42</sup>M. Wasitaatmaja, *Penuntun Ilmu Kosmetik Medik*, (Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1997), hlm.52

<sup>43</sup> Undang-Undang RI Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan, hlm.3

<sup>44</sup> *Ibid.*, hlm.40

farmakope Indonesia atau buku standar lainnya dan sediaan farmasi yang berupa obat tradisional dan kosmetika serta alat kesehatan harus memenuhi standard dan/atau persyaratan yang ditentukan”.

Kemudian dalam Pasal 106 dijelaskan bahwa “Sediaan farmasi dan alat kesehatan hanya dapat di edarkan setelah mendapat izin edar, Penandaan dan informasi sediaan farmasi dan alat kesehatan harus memenuhi persyaratan objektivitas dan kelengkapan serta tidak menyesatkan. Pemerintah berwenang mencabut izin dan memerintahkan penarikan dari peredaran sediaan farmasi dan alat kesehatan yang telah memperoleh izin edar, yang kemudian terbukti tidak memenuhi persyaratan mutu dan/atau keamanan dan/atau kemanfaatan, dapat disita dan dimusnahkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan”. Dan Pasal 107 menjelaskan bahwasanya “Pengamanan sediaan farmasi dan alat kesehatan dilaksanakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan”.

## **2. Klasifikasi dan Penggolongan Kosmetik**

Berdasarkan bahan dan penggunaanya serta untuk maksud evaluasi kosmetik dibagi menjadi 2 (dua) golongan :

a. Kosmetik golongan 1 adalah :

Kosmetik yang digunakan untuk bayi;

1. Kosmetik yang digunakan disekitar mata, rongga mulut dan mukosa lainnya

2. Kosmetik yang mengandung bahan dan fungsinya belum lazim serta belum diketahui keamanan dan kemanfaatannya.
  3. Kosmetik yang mengandung bahan dan fungsinya belum lazim serta belum diketahui keamanan dan kemanfaatannya.
- b. Kosmetik golongan 2 adalah kosmetik yang tidak termasuk golongan 1<sup>45</sup> :

Menurut Jelinek, penggolongan kosmetik dapat di golongan menjadi pembersih, deodorant, dan anti prespirasi, efek dalam, superficial, dekoratif dan untuk kesenangan. Sedangkan Wels FV dan Lubowo II menggolongkan kosmetik menjadi preparat untuk tangan dan kaki, kosmetik badan, preparat untuk rambut, kosmetik untuk pria dan lainnya. Breur EW dan Principles of Cosmetic for Dermatologist membuat klasifikasi sebagai berikut :

1. Toiletries : sabun, sampo, pelurus rambut, kondisioner rambut, penata, pewarna, pengering rambut, pelurus rambut, deodorant, anti prespirasi, dan tabir surya.
2. Skin care : pencukur, pembersih, toner, pelembab, masker, krem malam, dan bahan untuk mandi.
3. Make up : foundation, eye make up, lipstick, blusher, enamel kuku.
4. Fragrance : parfumes, colognes, toilet water, body lotion, bath powder, dan after shave agents.<sup>46</sup>

---

<sup>45</sup> Keputusan Kepala BPOM RI No. HK.00.05.4.1745 Pasal 3 tentang Kosmetik

### 3. Pemanfaatan kosmetik bagi manusia

Kosmetik digunakan oleh konsumen sebagai pembersih, pelembab, pelindung, penipisan, rias atau dekoratif dan wangi-wangian yang bertujuan untuk mempercantik atau memperindah diri. Lipstik misalnya, diperlukan untuk menambah warna pada wajah agar terlihat segar dan untuk memperindah penampilan seseorang.

Berdasarkan kegunaannya, kosmetik dapat di bagi menjadi:

- a. Kosmetik perawatan kulit, jenis kosmetik ini digunakan untuk merawat kebersihan dan kesehatan kulit termasuk di dalamnya adalah kosmetik untuk membersihkan kulit, melindungi, melembabkan kulit, dan untuk menipiskan kulit (*peeling*);
- b. Kosmetik riasan atau dekoratif, jenis kosmetik ini digunakan untuk merias, menutup cacat sehingga menimbulkan penampilan yang lebih menarik dan menimbulkan efek psikologis yang baik, disini peran zat pewarna dan pewangi sangat besar.<sup>47</sup>

### 4. Bahan berbahaya dalam pembuatan kosmetik

Sesuai dengan Peraturan Kepala Badan POM RI No. 18 Tahun 2015 tentang Persyaratan Teknis Bahan Kosmetik, penambahan bahan berbahaya dilarang dalam pembuatan kosmetika karena bersiko menimbulkan efek negatif bagi kesehatan, antara lain :

---

<sup>46</sup> Retno Iswari Trianggono dan Fatma Latifah, *Buku pegangan ilmu Pengetahuan Kosmetik*, (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2007), hlm.7

<sup>47</sup> M. Wasitaatmaja, *Penuntun Ilmu Kosmetik Medik...*, hlm. 30

*Pertama*, Merkuri. Banyak disalahgunakan pada produk pemutih atau pencerah kulit. Merkuri bersifat karsinogenik (menyebabkan kanker) dan teratogenik (mengakibatkan cacat pada janin)

*Kedua*, Asam Retinoat. Banyak disalahgunakan pada produk pengelupas kulit kimiawi (*peeling*) dan bersifat teratogenik

*Ketiga*, Hidrokinon. Banyak disalahgunakan pada produk pemutih atau pencerah kulit. Selain dapat mengakibatkan iritasi pada kulit, hidrokinon dapat menimbulkan *ochronosis* (kulit berwarna kehitaman) yang mulai terlihat setelah 6 bulan penggunaan dan kemungkinan bersifat irreversible (tidak dapat dipulihkan).

*Keempat*, Bahan pewarna Merah K3 dan Merah K10 banyak disalahgunakan pada lipstick atau produk dekoratif lain (pemulas kelopak mata dan perona pipi). Kedua zat warna ini bersifat karsinogenik.<sup>48</sup>

## 5. Ketentuan pemberian label informasi

Pasal 8 ayat (1) huruf i Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) menyatakan adanya perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha, yaitu “tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat samping, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan Perundang-undangan yang berlaku”. Pasal 23 Ayat (1) Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor

---

<sup>48</sup> Peraturan Kepala Badan POM RI No. 18 Tahun 2015 tentang Persyaratan teknis Bahan Kosmetik



HK.00.05.4.1745 Tahun 2003 tentang Kosmetik merinci informasi yang wajib dicantumkan pada label suatu produk kosmetik yaitu:

1. Nama produk
2. Nama dan alamat produsen atau importir/penyalur
3. Ukuran isi atau berat bersih
4. Komposisi dengan nama bahan sesuai dengan kodeks kosmetik Indonesia atau nomenklatur lainnya yang berlaku.
5. Nomor izin edar.
6. Nomor batch/kode produksi.
7. Kegunaan dan cara penggunaan kecuali untuk produk yang sudah jelas penggunaannya.
8. Bulan dan tahun kadaluarsa bagi produk yang stabilitasnya kurang dari 30 bulan.
9. Penandaan lain yang berkaitan dengan keamanan dan atau mutu. Kenyataannya, masih banyak beredar produk kosmetik yang tidak mencantumkan informasi tersebut secara lengkap pada label produk, sehingga produk tersebut tidak layak untuk diedarkan dan dikonsumsi oleh masyarakat.<sup>49</sup>

#### **6. Resiko tidak adanya label informasi pada kosmetik**

Pentingnya pengaturan informasi/ petunjuk penggunaan barang menjadi hal sensitif bagi konsumen. Apabila terdapat pemakaian tidak sesuai yang diinginkan konsumen akan menimbulkan bahaya serta efek bagi anggota tubuh misalnya pada rambut, kulit, badan dan kuku. Resiko yang didapat konsumen tergantung seberapa pengaruh produk kecantikan tersebut bagi pengguna.

Semisal suatu produk dengan tanda yang sama, wangi juga sama tetapi sebenarnya tidak memuat informasi yang lengkap yang satu produk penyegar dan yang lain produk pelembap wajah jadi berbeda cara pemakaian. Kondisi kulit konsumen pun juga berbeda contohnya si A yang punya alergi terhadap alkohol yang tidak bisa dihindari sebab

---

<sup>49</sup> Keputusan Kepala BPOM RI No. Hk.00.05.4.1745 Pasal 23 tentang Kosmetik

kebanyakan terdapat pada cairan pembersih wajah, konsumen akan merasakan panas di wajah sebagai dampak dari alergi tersebut. Resiko tadi akan berdampak bagi seseorang yang menjadi pengguna saja. Namun berbeda jika produk hendak dijual lagi, karena kemungkinan akan mendapat komplain dari orang lain bila terjadi hal yang tidak diinginkan.

Efek samping yang diperoleh mulai ringan hingga berat tergantung konsumen. Jika konsumen membeli produk kosmetik yang akan digunakan tanpa mengetahui kondisi bagian luar tubuh misal kulit, akibatnya produk kosmetik tadi tidak cocok dengan kulit konsumen. Dan beresiko kulit konsumen menjadi tidak *karuhan* , untuk kulit wajah risikonya bisa saja timbulnya flek, berjerawat, kulit terbakar/ gosong, dan iritasi.

Bahan dilarang dan berbahaya yang sering ditemukan dalam kosmetik antara lain merkuri; hidrokinon; bahan perwarna merah; dan asam retinorat. Efek bagi kesehatan pun beragam misalnya merkuri yang ditemukan pada pemutih kulit wajah dapat menimbulkan reaksi alergi, iritasi kulit, bintikbintik hitam pada kulit. Selanjutnya, hidrokinon banyak disalahgunakan pada kosmetik sebagai bahan pemutih/ pencerah kulit yang seharusnya hanya boleh digunakan pada sediaan kuku dan tidak boleh digunakan pada kulit dan rambut. Dampak bahan hidrokinon bagi kesehatan seperti iritasi kulit, kulit menjadi merah dan rasa terbakar, kulit terlihat kehitaman setelah penggunaan selama 6 bulan dan kemungkinan bersifat *irreversible* (tidak dapat dipulihkan). Jika terdapat bahan

berbahaya pada produk kosmetik maka akan ditarik dari peredaran dan ditahan, tetapi jika terdapat bahan- bahan dilarang pada kosmetik maka produk akan ditarik dari peredaran dan dimusnahkan oleh pihak yang berwenang (BPOM) setempat.

Bahan-bahan pada parfum, kosmetik, detergen dapat membuat kulit iritasi, bahkan jika pengguna begitu sensitif, timbul reaksi alergi yang cepat. Umumnya, begitu bahan yang menyebabkan iritasi diketahui, menghindarinya dan menggunakan pengobatan sederhana dapat menyelesaikan permasalahan. Dermatitis merupakan salah satu dampak pada kulit, secara harfiah berarti “radang kulit” yaitu kondisi kulit yang sering ditemukan.<sup>50</sup> Bisa jadi konsumen tidak mengenali alergi pada produk yang dikenakan dalam waktu yang lama.

Alergi yang ditemukan biasanya ada pada produk yang mengandung bahan kimia, yaitu wewangian digunakan dalam parfum, produk perawatan kulit, sabun, pengharum ruangan dan berbagai produk rumah tangga.<sup>51</sup> Sebaiknya berhati-hati karena konsumen dapat mengalami alergi pada produk yang sudah digunakan sejak lama dan tak bermasalah melainkan baru sadar dan merasakan akibat di kemudian hari. Agar terhindar dari alergi kulit, konsumen dapat membaca label pembuatan kosmetik dan produk lainnya terlebih dahulu dengan teliti.

---

<sup>50</sup> Sarah Jervis & Tim Dokter Wanita Kelas Dunia, *Ensiklopedia Kesehatan Wanita*, (t.tp: Erlangga, 2011), hlm. 382

<sup>51</sup> *Ibid.*, hlm. 353

## E. Penelitian Terdahulu

Alfiatun Nisa (2018), yang berjudul *Pengaruh gaya hidup (life style) dan labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah*. Dalam skripsi ini menjelaskan bahwa dikalangan mahasiswa gaya hidup dan labelisasi halal pada suatu produk kosmetik itu berpengaruh terhadap tingkat konsumsi tetapi jika dibandingkan gaya hidup mahasiswa sekarang ini jauh lebih berpengaruh dari pada labelisasi halal pada produk yang mereka beli. Tingkat gaya hidup mahasiswa yang tinggi yang menjadikan mereka lebih konsumtif. Mereka kurang memperhatikan masalah label melainkan mereka lebih mementingkan ke arah gengsi (gaya hidup). Jadi, tanpa mereka mementingkan apakah produk yang mereka beli itu termasuk produk yang halal atau tidak yang terpenting apa yang menjadikan mereka puas dan dapat membantu menunjang penampilan tetap mereka beli tanpa sadar bahwa apa yang mereka lakukan pastinya akan memberikan dampak buruk juga jika tidak lebih selektif. Persamaannya pada objeknya yaitu kosmetik dan menggunakan tinjauan hukum Islam. Perbedaannya dari penelitian terdahulu meneliti mengenai pengaruh gaya hidup mahasiswa dan pengaruh labelisasi halal terhadap minat pembelian produk kosmetik sedangkan pada penelitian ini meneliti terhadap pemahaman mengenai label informasi dan praktik jual beli kosmetik *online* dengan label informasi tidak lengkap.<sup>52</sup>

---

<sup>52</sup> Alfiatun Nisa, “Pengaruh Gaya Hidup (Life Style) dan Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah”, *Skripsi*, (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2018), repository.iainpurwokerto.ac.id, diakses pada tanggal 10 oktober 2019, pukul 08.45

Siti Farida (2017), yang berjudul *Tinjauan hukum Islam terhadap kewajiban pencantuman label halal dan registrasi kesehatan pada makanan kemasan*. Dalam skripsi ini menjelaskan bahwa bagi warga negara Indonesia yang mayoritas beragama Islam, ketentuan mengenai informasi halal tidaknya suatu produk merupakan hal yang penting karena menyangkut pelaksanaan hukum syari'at. Pada dasarnya keharusan mencantumkan keterangan halal dalam suatu produk, tertuang dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH). UU ini telah mengatur secara jelas bahwa setiap produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib ber sertifikat halal. Undang-undang Jaminan Produk Halal merepresentasikan tanggung jawab Negara, khususnya terhadap umat Islam, untuk melindungi dan memberikan rasa tenang dan aman dalam mengkonsumsi/ menggunakan produk yang sesuai Syari'at yakni halal dan baik (*tayyib*). Registrasi kesehatan merupakan serangkaian pendaftaran yang dilakukan untuk mendapat surat persetujuan pendaftaran kesehatan (penilaian keamanan, mutu, gizi) dan untuk mendapat izin edar. Jadi, dalam menjual ataupun membeli produk harus memperhatikan label halal serta registrasi kesehatan yang menjamin suatu produk tersebut. Persamaan penelitian tersebut dengan penulis yaitu menggunakan tinjauan Islam. Perbedaannya yaitu dalam penelitian ini mengenai kewajiban pencantuman label halal dan register kesehatan pada produk makanan dan proses pencantumannya, sedangkan pada penelitian penulis yaitu mengenai pemahaman terhadap label

informasi dan praktik jual beli kosmetik *online* dengan label informasi tidak lengkap.<sup>53</sup>

Citra Ayuning Setyo (2018), yang berjudul *Pengaruh pemberian labelisasi halal, harga produk dan tempat pemasaran terhadap keputusan pembelian konsumen*. Penelitian ini berkesimpulan tentang seberapa besar pengaruh dari adanya label halal, harga produk dan tempat pemasaran terhadap minat masyarakat dalam membeli produk. Dari penelitian terdahulu menyatakan bahwa dalam masyarakat untuk memberikan keputusan pembelian suatu produk terhadap pemberian label halal, harga produk dan tempat pemasaran sangat berpengaruh. Konsumen akan memutuskan untuk membeli suatu barang atau jasa dengan mempertimbangkan beberapa hal yaitu: barang atau jasa tersebut sesuai dengan kebutuhan, mendapatkan informasi secara jelas mengenai barang dan jasa tersebut dan merasakan manfaat yang didapatkan dari pembelian barang dan jasa tersebut setelah itu konsumen akan melakukan keputusan pembelian. Dari hal tersebut nantinya konsumen juga akan memutuskan untuk membeli kembali barang atau jasa tersebut atau beralih ke produk lain. Persamaannya yaitu melakukan tinjauan dengan menggunakan hukum Islam. Perbedaannya yaitu dari objek yang diteliti, pada penelitian tersebut hanya meneliti besarnya pengaruh yang timbul dari label halal, harga produk dan tempat pemasaran terhadap minat masyarakat dalam membeli produk sedangkan pada penelitian yang penulis teliti mengenai bagaimana

---

<sup>53</sup> Siti Farida, "Tinjauan Hukum Islam terhadap Kewajiban Pencantuman Label Halal dan Registrasi Kesehatan pada Makanan Kemasan", *Skripsi*, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2017), Digilib.uin-suka.ac.id, diakses pada tanggal 10 Oktober 2019, pukul 19.13

pemahaman dan praktik jual beli kosmetik *online* dengan label informasi tidak lengkap.<sup>54</sup>

---

<sup>54</sup> Citra Ayuning Setyo, “ Pengaruh Pemberian Labelisasi Halal, Harga Produk dan Tempat Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Penjualan Minyak Angin Aroma Therapy Freshcare di Golden Swalayan dan Pusat Belanja Keluarga d’Belga Tulungagung)”, *Skripsi*, (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2018), repository. Iaintulungagung.ac. id diakses pada tanggal 20 Oktober 2019, pukul 12.30