

BAB IV

PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data

1. Deskripsi Singkat Lokasi Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang peneliti pilih yakni di lingkungan IAIN Tulungagung yang difokuskan pada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum. Fakultas Syariah dan Ilmu hukum IAIN Tulungagung memiliki 3 prodi jurusan yakni; Hukum Ekonomi Syariah (HES), Hukum Keluarga Islam (HKI), Hukum Tata Negara (HTN).

b. Visi, Misi dan Tujuan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum IAIN Tulungagung.

Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum IAIN Tulungagung memiliki visi, misi dan tujuan sebagai berikut:¹

1) Visi

Unggul di bidang ilmu syariah dan hukum berkarakter Islam, bermartabat, profesional di kancah nasional pada tahun 2022.

2) Misi

a) Menyelenggarakan pendidikan di bidang ilmu syariah dan hukum yang berkarakter Islami, bermartabat dan professional.

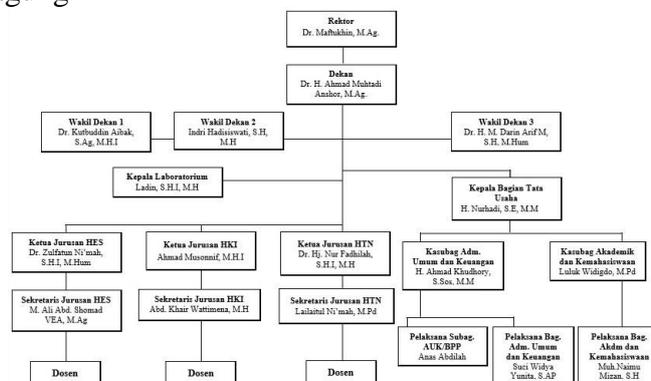
¹ Berdasarkan dokumentasi peneliti pada hari Selasa, 18 Febuari 2020 pukul 08.00 WIB

- b) Melaksanakan penelitian dan pengembangan keilmuan di bidang ilmu syariah dan hukum secara teoritis maupun empiris.
- c) Menjalin kerjasama dengan berbagai lembaga terkait untuk pengembangan keilmuan di bidang ilmu syariah dan hukum.

3) Tujuan

- a) Menghasilkan sarjana hukum yang beriman, berakhlak mulia dan professional.
- b) Menghasilkan sarjana hukum yang inovatif-progresif dan mengimplementasikan ilmu syariah dan hukum.
- c) Menghasilkan sarjana hukum yang memiliki kemampuan untuk mengembangkan menyebarkan ilmu syariah dan hukum dalam kehidupan bermasyarakat.
- d) Menghasilkan sarjana hukum yang mampu menjalin kerjasama dengan berbagai lembaga terkait untuk pengembangan keilmuan di bidang ilmu syariah dan hukum.

c. Struktur Organisasi Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum IAIN Tulungagung



Gambar 4.1
Struktur Organisasi

2. Praktik Jual Beli Kosmetik *Online* dengan Label Informasi Tidak Lengkap Pada Mahasiswa Fasih IAIN Tulungagung

a. Pemahaman Mahasiswa Fasih IAIN Tulungagung Terhadap Label Informasi Produk Kosmetik

Guna memperoleh data dan informasi yang lengkap, peneliti melakukan penelitian dan wawancara dengan berbagai pihak yang terkait untuk mengetahui bagaimana pemahaman mahasiswa Fasih IAIN Tulungagung terhadap label informasi produk dalam praktik jual beli kosmetik *online*. Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan terhadap praktik jual beli kosmetik *online* dengan label informasi tidak lengkap pada mahasiswa Fasih IAIN Tulungagung, bahwa para mahasiswa memiliki pemahaman yang beragam tentang label informasi. Tidak semua dari mereka paham dan menerapkan pemahamannya tentang label informasi pada praktik jual belinya sebagaimana yang peneliti amati.

Menurut Benjamin S. Bloom pemahaman (*comprehension*) adalah kemampuan seseorang untuk mengerti atau memahami sesuatu setelah sesuatu itu diketahui dan diingat. Dengan kata lain, memahami adalah mengerti tentang sesuatu dan dapat melihatnya dari berbagai segi.² Dalam hal ini penjual dan pembeli dituntut untuk memahami atau mengerti mengenai penjualan dan pembelian suatu produk yang baik dan benar. Mereka harus paham mengenai isi dari suatu produk

² Anas Sudijono, *Pengantar Evaluasi Pendidikan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2009), hlm. 50

tersebut dalam label informasi yang ada, apakah produk tersebut sesuai dengan ketentuan aturan yang ada atau tidak. Dalam wawancara peneliti dengan penjual kosmetik *online* disini tidak semua itu paham dan mengerti mengenai ketentuan label informasi produk kosmetik *online* yang mereka jual. Mereka hanya memahami bahwa label informasi itu sekedar mencantumkan manfaat dan tanggal kadaluarsa.

Adapun jawaban dari Nia mahasiswa HTN selaku penjual produk kosmetik *online* :

*Masaku ketentuan label informasi produk ndek kosmetik iku pokok genah tanggale kadaluarsa mbak, soale lek ora enek tanggale samare lek kosmetik kuwi wes kadaluarsa. Dadine seng penting kudu enek tanggale kadaluarsa mbak.*³

Menurut saya ketentuan label informasi pada produk kosmetik *online* itu harus dicantumkan dengan jelas tanggal kadaluarsanya mbak, soalnya kalau tidak ada tanggal kadaluarsanya takutnya produk tersebut sudah kadaluarsa. Jadi yang terpenting itu harus ada informasi mengenai tanggal kadaluarsa.

Adapun jawaban lain dari Atika mahasiswa HES selaku penjual produk kosmetik *online* :

Kalau pemahaman saya disini kan ini termasuk penjualan yang berbasis *online* ya, jadinya informasi yang diberikan itu ya tercantum dalam pamflet tersebut menurut saya itu sudah mewakili informasinya dan dalam pamflet tersebut sudah tertera produk apa dan manfaatnya apa.⁴

Ketentuan label informasi terhadap produk kosmetik *online* itu sama halnya dengan produk *offline* yaitu harus sesuai dengan ketentuan

³ Nia, wawancara mahasiswa HTN, tanggal 21 Febuari 2020, pukul 08.00 WIB.

⁴ Atika, wawancara mahasiswa HES, tanggal 21 Febuari 2020, pukul 15.40 WIB.

BPOM dan harus bersertifikasi halal karena, di Indonesia mayoritas masyarakatnya yaitu Muslim.

Seperti yang dikatakan oleh penjual kosmetik *online*, Kiki mahasiswa HTN.

Pemahaman saya mengenai ketentuan label informasi dalam kosmetik itu harus jelas informasinya, harus memperhatikan sesuai dengan ketentuan BPOM dan juga harus memiliki sertifikasi halal karena, di Indonesia kebanyakan masyarakatnya adalah muslim jadi sertifikasi halal itu sangat penting.⁵

Dalam menjual produknya para penjual sadar bahwa label informasi produk kosmetik itu sangat penting baik *online* atau *offline* harus memiliki label informasi guna sebagai petunjuk akan sebuah produk yang mereka jual dan edarkan.

Melalui wawancara saya dengan penjual kosmetik *online*, Kiki mahasiswa HTN.

Penting karena, sebagai informasi kepada customer dan biar customer itu juga yakin dengan produk kosmetik online yang saya tawarkan dan saya jual.⁶

Adapun jawaban lain dari Nia mahasiswa HTN selaku penjual produk kosmetik *online* :

*Yo penting mbak soale bene ngerti kuwi produke piye, kadaluarsa opo ora terus kapan kadaluarsane.*⁷

Ya penting mbak soalnya biar tahu itu produknya bagaimana, kadaluarsa apa tidak ters kapan masa kadaluarsanya.

Adapun jawaban lain dari Atika mahasiswa HES selaku penjual produk kosmetik *online* :

⁵ Kiki, wawancara mahasiswa HTN, tanggal 20 Februari 2020, pukul 13.00 WIB.

⁶ Kiki, wawancara mahasiswa HTN, tanggal 20 Februari 2020, pukul 13.00 WIB.

⁷ Nia, wawancara mahasiswa HTN, tanggal 21 Februari 2020, pukul 08.00 WIB.

Tergantung jenis produknya, menurut saya sebagai penjual *online* kebanyakan dari produk *online* memiliki cara penjualan yang berbeda dengan yang manual atau yang *offline*. Dalam penjualan *online* mereka lebih memfokuskan pemberian informasi dalam bentuk digital karena produknya pun juga terbatas wilayah dan sasaran penjualannya. Oleh karenanya mengapa banyak produk *online* yang tidak memberikan label informasi karena jangkauan pemasarannya berbasis digital. Sehingga saya menganggap informasi yang diberikan pada saat uploading produk melalui media sosial tersebut sudah mampu menjawab pertanyaan pembeli terkait produk tersebut.⁸

Mereka menjual berbagai jenis produk kosmetik, mereka menjual produk yang lebih banyak diminati oleh masyarakat seperti masker wajah, lipstick, cream pelembab, cream penghilang jerawat, bedak dll. Dalam menjual dan mengedarkan produknya tidak semua penjual memberikan label informasi pada produk kosmetik *online* yang mereka jual.

Melalui wawancara saya dengan penjual kosmetik *online*, Kiki mahasiswa HTN:

Macam-macam mbak, ada cream wajah, lipstick, bedak. Ada yang sudah memiliki ketentuan yang lengkap dan ada juga yang tidak lengkap.⁹

Adapun jawaban dari Nia mahasiswa HTN selaku penjual produk kosmetik *online* :

*Sembarang mbak lek enek wedak, lipstick, masker, pelembab. Aku ngedole enek seng eceran mbak, tapi enek seng ora. Tukuku yowes ngono kuwi kadang lek produk import kan ora enek label halale karo ora enek bahasa Indonesiane. Aku ora ngerti mbak seng lengkap sesuai ketentuan ki piye.*¹⁰

⁸ Atika, wawancara mahasiswa HES, tanggal 21 Februari 2020, pukul 15.40 WIB.

⁹ Kiki, wawancara mahasiswa HTN, tanggal 20 Februari 2020, pukul 13.00 WIB.

¹⁰ Nia, wawancara mahasiswa HTN, tanggal 21 Februari 2020, pukul 08.00 WIB.

Terserah mbak kalau ada bedak, lipstick, masker, pelembab. Saya jualnya ada yang ecer mbak, tapi ada yang tidak. Saya beli ya sudah seperti itu terkadang kalau produk import kan tidak ada tulisan halal dan tidak ada bahasa Indonesianya. Saya tidak tahu mbak yang lengkap sesuai ketentuan itu seperti apa.

Adapun jawaban dari Atika mahasiswa HES selaku penjual produk kosmetik *online* :

Saya menjual masker wajah. Karena itu adalah produk *online* menurut saya dengan mencantumkan informasi produk manfaat itu pada pamflet itu sudah sesuai ketentuan.¹¹

Sebenarnya para penjual belum lama menjalankan usaha ini kurang lebih satu tahun. Mereka memilih bertahan menjual produk tersebut karena, peminat dari produk tersebut sudah cukup banyak dan harganya pun bisa dibidang cukup murah dari produk lokal.

Melalui wawancara saya dengan penjual kosmetik *online*, Kiki mahasiswa HTN:

Saya menjual sejak bulan Agustus 2019 mbak dan alasannya karena, brand produk tersebut sudah terkenal dan banyak diminati customer dan harganya pun lebih murah dibandingkan dengan brand lainnya.¹²

Adapun jawaban dari Nia mahasiswa HTN selaku penjual produk kosmetik *online* :

*Sek 3 wulan mbak. Mergane ki akeh seng golek mbak terus yo butuh yo murah regane.*¹³

Masih tiga bulan mbak, karena banyak yang mencari mbak terus ya sesuai kebutuhan dan harganya juga murah.

¹¹ Atika, wawancara mahasiswa HES, tanggal 21 Februari 2020, pukul 15.40 WIB.

¹² Kiki, wawancara mahasiswa HTN, tanggal 20 Februari 2020, pukul 13.00 WIB.

¹³ Nia, wawancara mahasiswa HTN, tanggal 21 Februari 2020, pukul 08.00 WIB.

Selain itu karena alasan kebutuhan *financial* serta telah memiliki pasaran penjualan dan keyakinan akan produk yang ia jual itu produk alami dan tidak berbahaya menjadikan keyakinan penjual tetap bertahan menjual produk tersebut.

Dikatakan oleh Atika mahasiswa HES selaku penjual produk kosmetik *online* :

Saya menjual sejak pertengahan tahun 2019 sekitar bulan Mei. Alasannya karena, untuk mencukupi kebutuhan *financial* yang mampu dijadikan sampingan saya sebagai mahasiswa; sudah memiliki pasaran pembeli; produk tersebut menurut saya alami dan tidak ada efek samping.¹⁴

Dalam penelitian ini peneliti tidak hanya melakukan wawancara pada pemilik usaha tetapi juga pada pembeli.

Pembeli disini juga tidak begitu paham betul terhadap ketentuan label informasi pada produk kosmetik *online* yang mereka beli. Mereka hanya sedikit memahami akan hal label informasi yang hanya memberikan informasi mengenai tanggal kadaluarsanya saja

Melalui wawancara saya dengan pembeli kosmetik *online*, Nindya mahasiswa HK.

Label informasi pada produk kosmetik itu seharusnya memberikan informasi tentang tanggal kadaluarsa barang kosmetik tersebut.¹⁵

Sama halnya dikatakan oleh Nurinda, selaku mahasiswa HES yang membeli produk kosmetik *online* :

Ya harus ada tanggal kadaluarsanya kan apabila orang awam tidak mengerti kalau tidak dicantumkan di produknya, takutnya ketika

¹⁴ Atika, wawancara mahasiswa HES, tanggal 21 Febuari 2020, pukul 15.40 WIB.

¹⁵ Nindya, wawancara mahasiswa HK, tanggal 19 Febuari 2020, pukul 09.16 WIB.

dipakai sudah kadaluarsa sama harus ada aturan penggunaannya biar tau mbak.¹⁶

Beda halnya yang dikatakan oleh Ani, selaku mahasiswa HTN yang membeli produk kosmetik *online* :

*Sak eruhku ki lek produk kosmetik online seng durung famous brand e iku label informasine gur nama produk, komposisi karo manfaate tapi biasane malah ora enek informasine. Lek aku ora pati gatekne informasi liyane ndek label mbak, seng penting enek manfaate.*¹⁷

Setahu saya kalau label informasi produk kosmetik online yang belum terkenal merknya hanya mencantumkan nama produk, komposisi dan manfaatnya tetapi, biasanya ada juga yang tidak mencantumkan label informasi sama sekali. Kalau saya tidak terlalu memperhatikan label informasi mbak, yang penting ada manfaatnya.

Dikatakan oleh Savina, selaku mahasiswa HES yang membeli produk kosmetik *online* :

*Seharuse kuwi enek deskripsine seng lengkap mbak, tentang kandungane, efek sampinge karo paling luweh apik lek diwei aturan seng ndudohne “ora dianjurne gawe seng ndue loro kulit dll” ngono. Terus kudune merk e jelas, pembuate sopo, wes enek perizinane opo urung dadi wes BPOM opo urung dadine kudu enek unsur seng jelas sesuai aturane mbak.*¹⁸

Seharusnya ada deskripsi yang lengkap mbak, tentang kandungannya, efek sampingnya sama lebih baik kalau dikasih aturan yang menunjukkan “tidak dianjurkan untuk penderita sakit kulit, dll” seperti itu. Kemudian seharusnya merk juga jelas, dibuat oleh siapa, sudah ada perizinan apa belum, jadi sudah BPOM apa belum seharusnya ada unsur yang jelas sesuai dengan aturannya mbak.

Dikatakan oleh Eny, selaku mahasiswa HK yang membeli produk kosmetik *online* :

¹⁶ Nurinda, wawancara mahasiswa HES, tanggal 20 Febuari 2020, pukul 15.17 WIB.

¹⁷ Ani, wawancara mahasiswa HTN, tanggal 20 Febuari 2020, pukul 09.44 WIB.

¹⁸ Savina, wawancara mahasiswa HES, tanggal 21 Febuari 2020, pukul 11.02 WIB.

Seharusnya harus ada sertifikasi halal ber cap MUI, harus ada komposisinya yang jelas soalnya terkadang ada kandungan yang menjadikan efek samping dari penggunaan dan membahayakan bagi penggunanya. Soalnya kebanyakan orang awam tidak mengenal label informasi seharusnya bagaimana ketentuannya yang terpenting manfaatnya sesuai.¹⁹

Pembeli menganggap bahwa label informasi produk kosmetik *online* tersebut sangatlah penting karena berhubungan dengan informasi produk tersebut tetapi dengan memberikan alasan mereka yang berbeda-beda.

Dikatakan oleh Nindya selaku mahasiswa HK yang membeli produk kosmetik *online* mengatakan:

Sangat penting, karena agar para pengguna mengetahui kapan kadaluarsa kosmetik tersebut.²⁰

Hal sama yang dikatakan oleh Ani, selaku mahasiswa HTN yang membeli produk kosmetik *online* :

*Yo panggah penting mbak, kudu enek malahan.*²¹

Ya tetap penting mbak, harus ada malahan.

Begitu juga yang dikatakan oleh Nurinda, selaku mahasiswa HES yang membeli produk kosmetik *online* :

Sangat penting mbak, biar kita tahu mengenai informasi yang ada pada produk tersebut.²²

Dikatakan oleh Savina, selaku mahasiswa HES yang membeli produk kosmetik *online* :

¹⁹ Eny, wawancara mahasiswa HK, tanggal 19 Febuari 2020, pukul 14.15 WIB.

²⁰ Nindya, wawancara mahasiswa HK, tanggal 19 Febuari 2020, pukul 09.16 WIB.

²¹ Ani, wawancara mahasiswa HTN, tanggal 20 Febuari 2020, pukul 09.44 WIB.

²² Nurinda, wawancara mahasiswa HES, tanggal 20 Febuari 2020, pukul 15.17 WIB.

Yo penting mbak, label informasi kuwi digae patokan customer lek produk kuwi aman opo ora amane. Lek enek label informasine kan iso didelok wes enek izin edare opo urung, lek uwes enek izine otomatis wes diuji kelayakane karo BPOM mbak.²³

Ya penting mbak, label informasi itu dibuat sebagai acuan customer kalau produk tersebut aman atau tidaknya. Kalau ada label informasinya kan bisa dilihat sudah ada izin edarnya atau belum, kalau sudah ada izinnya otomatis sudah diuji kelayakannya sama BPOM mbak.

Dikatakan oleh Eny, selaku mahasiswa HK yang membeli produk kosmetik *online* :

Menurut saya itu sangat penting karena, untuk mengetahui informasi isi produk tersebut.²⁴

Kebanyakan dari mereka membeli produk kosmetik *online* yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka seperti contoh bedak, lipstick, masker wajah dll. Mereka tidak mengerti apakah produk yang mereka beli tersebut memiliki label informasi yang lengkap, baik dan benar sesuai dengan ketentuan.

Dikatakan oleh Nindya, selaku mahasiswa HK yang membeli produk kosmetik *online* mengatakan:

Bedak mbak. Saya tidak tau mbak yang saya beli itu yang lengkap sesuai dengan ketentuan itu yang seperti apa yang terpenting dalam produk yang saya beli harus ada tanggal kadaluarsanya.²⁵

Dikatakan oleh Ani, selaku mahasiswa HTN yang membeli produk kosmetik *online* :

Cream kambek wedak mbak Aku ora ngerti mbak produk sing tak tuku kuwi wes sesuai ketentuan opo urung label informasine.²⁶

²³ Savina, wawancara mahasiswa HES, tanggal 21 Febuari 2020, pukul 11.02 WIB.

²⁴ Eny, wawancara mahasiswa HK, tanggal 19 Febuari 2020, pukul 14.15 WIB.

²⁵ Nindya, wawancara mahasiswa HK, tanggal 19 Febuari 2020, pukul 09.16 WIB.

²⁶ Ani, wawancara mahasiswa HTN, tanggal 20 Febuari 2020, pukul 09.44 WIB.

Cream sama bedak mbak. Saya tidak tahu mbak produk yang saya beli itu sudah sesuai ketentuan apa belum label informasinya.

Begitu juga yang dikatakan oleh Nurinda, selaku mahasiswa HES yang membeli produk kosmetik *online* :

Cream mbak. Saya tidak tahu produk yang saya beli tersebut sudah sesuai ketentuan atau belum.

Disisi lain ada juga pembeli yang sebenarnya sadar dan mengetahui bahwa produk yang mereka beli itu tidak memiliki label informasi yang lengkap dan jelas sesuai ketentuan.

Dikatakan oleh Savina, selaku mahasiswa HES yang membeli produk kosmetik *online* :

*Masker wajah mbak. Produk seng tak tuku kuwi label informasine ora sesuai karo ketentuan mbak, gur enek nama produk karo bahan-bahane, tanggal kadaluarsa, halal orane dll iku enggak enek.*²⁷

Masker wajah mbak. Produk yang saya beli itu label informasinya tidak sesuai dengan ketentuan mbak, cuma hanya ada nama produk sama komposisi. Tanggal kadaluarsa, halal atau tidaknya, dll itu tidak ada.

Dikatakan oleh Eny, selaku mahasiswa HK yang membeli produk kosmetik *online* :

Cream wajah dan belum lengkap sesuai dengan ketentuan mbak label informasinya.²⁸

Kebanyakan dari para pembeli memilih untuk membeli produk kosmetik *online* tersebut dengan alasan dikarenakan kebutuhan dan rasa penasaran mereka terhadap manfaat produk tersebut.

²⁷ Savina, wawancara mahasiswa HES, tanggal 21 Febuari 2020, pukul 11.02 WIB.

²⁸ Eny, wawancara mahasiswa HK, tanggal 19 Febuari 2020, pukul 14.15 WIB.

Dikatakan oleh Nindya, selaku mahasiswa HK yang membeli produk kosmetik *online* :

Ya saya pengen mencoba mbak karena, pada iklan yang saya lihat dan saya baca itu mempunyai manfaat yang sesuai dengan apa yang saya butuhkan mbak jadinya saya tertarik untuk mencoba membelinya, saya tidak begitu memperhatikan informasi lebihnya mbak.²⁹

Dikatakan oleh Ani, selaku mahasiswa HTN yang membeli produk kosmetik *online* :

*Alasane mergo ndek iklane kuwi enek manfaat seng tak goleki mbak.*³⁰

Alasannya karena pada iklan tersebut ada manfaat yang saya cari mbak.

Begitu juga yang dikatakan oleh Nurinda, selaku mahasiswa HES yang membeli produk kosmetik *online* :

Saya melihat teman saya cocok dengan produk tersebut dan hasilnya bagus. Jadi saya tertarik untuk memesan dan disisi lain kegunaan produk tersebut sesuai dengan kebutuhan saya.³¹

Dikatakan oleh Savina, selaku mahasiswa HES yang membeli produk kosmetik *online* :

*Aku tuku mergane aku melu-melu kancaku jarene manfaate podo koyo seng tak butuhne.*³²

Saya beli karena, saya ikut-ikut teman saya katanya mamfaatnya sama seperti yang saya butuhkan.

Dikatakan oleh Eny, selaku mahasiswa HK yang membeli produk kosmetik *online* :

²⁹ Nindya, wawancara mahasiswa HK, tanggal 19 Febuari 2020, pukul 09.16 WIB.

³⁰ Ani, wawancara mahasiswa HTN, tanggal 20 Febuari 2020, pukul 09.44 WIB.

³¹ Nurinda, wawancara mahasiswa HES, tanggal 20 Febuari 2020, pukul 15.17 WIB.

³² Savina, wawancara mahasiswa HES, tanggal 21 Febuari 2020, pukul 11.02 WIB

Saya lihat dalam postingan tersebut memberikan penjelasan mengenai manfaat yang membuat wajah menjadi bersih jadi saya tertarik mencoba.³³

b. Praktik Jual Beli Kosmetik *Online* dengan Label Informasi Tidak Lengkap

Dalam praktiknya dari hasil observasi yang peneliti lakukan pada mahasiswa Fasih IAIN Tulungagung. Disini mereka tidak memproduksi produk sendiri tetapi, apabila ada yang pesan mereka mencarikan atau membelikan barang dulu tetapi ada juga yang sudah menyetok barangnya. Mereka lebih banyak menekankan penjualan pada media sosial dengan cara memposting produk yang mereka jual lewat WA, FB dan Instagram dengan memberikan sedikit diskripsi mengenai manfaat dari produk tersebut.

Barang yang dipesan oleh pembeli akan dikirim menggunakan jasa pengiriman JNE dan JNT jika jaraknya jauh tetapi kalau jaraknya dekat biasanya pembeli memilih COD karena tidak menambah biaya ongkir (ongkos kirim). Pengiriman dilakukan setelah proses pembayaran melalui transfer dilakukan terlebih dahulu.

Melalui wawancara saya dengan pemilik usaha kosmetik *online*, Kiki mahasiswa HTN.

Saya jualannya lewat sosial media mbak seperti WA. Disitu saya memposting produk jualan saya lewat status WA. Kemudian nanti kalau ada yang tertarik untuk membeli ya nanti saya pesankan dan beli langsung ke pabriknya mbak seperti itu. Dan pembayarannya itu membayar terlebih dahulu dengan transfer kemudian barang saya pesankan dan kirimkan. Kalau pengirimannya itu tergantung

³³ Eny, wawancara mahasiswa HK, tanggal 19 Febuari 2020, pukul 14.15 WIB.

mbak, kalau yang beli itu orang yang dekat jaraknya sama saya ya nanti bisa COD an tapi, kalau jauh ya nanti saya kirim JNE mbak.³⁴

Adapun jawaban lain dari Nia mahasiswa HTN selaku pemilik usaha produk kosmetik *online* :

*Lek aku biasane ndek WA, FB karo Instagram mbak, lek ora ngono yo kanca-kancaku tak tawani langsung. Aku barange kadang wes nyetok disek kadang yo tak pesene disek ndek supliyerku. Lek pengirimane biasane COD an dadine tak antar tapi lek wong e adoh jarake karo aku yo tak kirim JNE mbak.*³⁵

Kalau saya biasanya saya jual di WA, FB dan Instagram mbak, kalau tidak begitu saya menawarkan langsung pada teman-teman. Saya barangnya terkadang sudah nyetok dulu, terkadang juga pesan dulu pada supliyer. Kalau pengirimannya saya biasanya COD jadinya saya antar, tapi kalau

Adapun jawaban lain dari Atika mahasiswa HES selaku penjual produk kosmetik *online* :

Disini saya bertindak sebagai reseller terkadang saya menyetok barang tetapi terkadang juga saya harus mememesannya dulu. Praktik penjualannya sudah jelas menggunakan media sosial karena bentuk pemasarannya sendiri digital. Seperti di upload di media sosial, pembeli memesan melalui WA atau akun media sosial lainnya kemudian barang dikirim sesuai pesanan. Pengiriman barangnya kalau jaraknya jauh ya saya kirim lewat JNE atau JNT tetapi kalau jaraknya dekat biasanya pembeli memilih COD di tempat karena, harga barang yang dibeli lumayan murah jadi apabila harus dikirim lewat JNE atau JNE para pembeli keberatan karena ada biaya ongkirnya.³⁶

Selama menjual produk kosmetik *online* tersebut ada sebagian pembeli yang kritis menanyakan dan ada juga yang tidak mempedulikan terhadap kelengkapan label informasi produk kosmetik yang dijual.

³⁴ Kiki, wawancara mahasiswa HTN, tanggal 20 Febuari 2020, pukul 13.00 WIB.

³⁵ Nia, wawancara mahasiswa HTN, tanggal 21 Febuari 2020, pukul 08.00 WIB.

³⁶ Atika, wawancara mahasiswa HES, tanggal 21 Febuari 2020, pukul 15.40 WIB.

Melalui wawancara saya dengan penjual kosmetik *online*, Kiki mahasiswa HTN.

Sejauh ini tidak ada yang mempertanyakan mengenai kelengkapan label informasi pada produk kosmetik *online* yang saya jual mbak. Mungkin customer sekedar bertanya masalah harga, kemudian ia menanyakan apakah saya cocok memakai produk tersebut dan apa manfaatnya seperti itu. Customer jarang yang mempertanyakan komposisi bahkan cara pakai ataupun label halal.³⁷

Adapun jawaban dari Nia mahasiswa HTN selaku penjual produk kosmetik *online* :

*Ora enek seng takon mbak, paling akeh-akeh gur takon manfaate.*³⁸

Tidak ada yang tanya mbak, mungkin kebanyakan hanya tanya manfaatnya saja.

Jawaban yang sama yang di katakan oleh Atika, mahasiswa HES selaku penjual produk kosmetik *online* :

Tidak ada yang bertanya mbak karena, mungkin dengan pemberian informasi mengenai varian dan manfaat produk yang saya jual itu sudah dirasa cukup.³⁹

Dalam penelitian ini peneliti tidak hanya melakukan wawancara pada penjual kosmetik *online* tetapi juga pada pembeli.

Dalam praktiknya sama halnya dengan penjual pembeli disini mengetahui dari media sosial dan kemudian apabila mereka tertarik terhadap barang yang ditawarkan mereka melakukan pembayaran lewat transfer dan setelah itu mengirimkan bukti transfer kepada

³⁷ Kiki, wawancara mahasiswa HTN, tanggal 20 Febuari 2020, pukul 13.00 WIB.

³⁸ Nia, wawancara mahasiswa HTN, tanggal 21 Febuari 2020, pukul 08.00 WIB.

³⁹ Atika, wawancara mahasiswa HES, tanggal 21 Febuari 2020, pukul 15.40 WIB.

penjual untuk meminta barang yang kita pesan segera diproses dan pengirimannya jika jarak penjual dan pembeli jauh maka mereka menginginkan untuk jasa JNT dan JNE tetapi kalau dekat mereka memilih untuk COD.

Dikatakan oleh Nindya, selaku mahasiswa HK yang membeli produk kosmetik *online*:

Kalau saya itu dulu pernah membeli produk kosmetik *online*, karena saya melihat dari postingan yang ada di Instagram, kemudian saya memesannya lewat nomor yang tertera pada biodata yang ada di Instagram. Kemudian saya memberikan informasi pada penjualnya tentang apa yang saya ingin beli, setelah itu saya melakukan pembayaran lewat ATM dan barangnya dikirim setelah saya mengirimkan bukti transfernya.⁴⁰

Dikatakan oleh Ani, selaku mahasiswa HTN yang membeli produk kosmetik *online*:

*Aku awale ndelok ndek media sosial mbak terus aku pesen lewat nomer seng enek ndek bio. Terus aku takon opo isek enek lek isek menow enek ongkire iku piro. Bar ngono aku mbayar lewat transfer bar kuwi bukti transfer tak kirimne terus aku diwei resi pengiriman barang seng wes dikirim.*⁴¹

Saya melihatnya dari media sosial mbak kemudian saya melakukan pesanan lewat kontak nomer yang ada pada bio. Kemudian saya bertanya apakah masih ada dan walaupun ada ongkirnya itu berapa. Terus saya melakukan pembayaran secara transfer kemudian bukti pembayaran saya kirimkan dan saya diberi resi pengiriman barang yang sudah dikirim.

Dikatakan oleh Nurinda, selaku mahasiswa HES yang membeli produk kosmetik *online* :

Kalau saya itu karena lihat produknya di status WA teman saya mbak, kemudian saya pesan terus uangnya saya transfer mbak.⁴²

⁴⁰ Nindya, wawancara mahasiswa HK, tanggal 19 Febuari 2020, pukul 09.16 WIB.

⁴¹ Ani, wawancara mahasiswa HTN, tanggal 20 Febuari 2020, pukul 09.44 WIB.

⁴² Nurinda, wawancara mahasiswa HES, tanggal 20 Febuari 2020, pukul 15.17 WIB.

Dikatakan oleh Savina, selaku mahasiswa HES yang membeli produk kosmetik *online* :

*Aku ngertine teko status WA mbak, terus aku pesen produk kuwi. Terus duwite tak transfer, lek wes teko barange tak jupuk karo COD an dadine lek mbayar karo ngewei barange.*⁴³

Saya tahunya dari status WA mbak, kemudian saya pesan produk tersebut. Kemudian uangnya saya transfer, kalau sudah datang barangnya saya ambil sama nanti COD an, jadinya kalau membayar sekalian sama ngasih barangnya nanti.

Dikatakan oleh Eny, selaku mahasiswa HK yang membeli produk kosmetik *online* :

Saya tau dari WA mbak kemudian saya kontak untuk pemesanan dan kemudian uangnya saya transfer dan kalau barang sampai saya ambil ketika COD mbak di toko, soalnya jaraknya juga dekat.⁴⁴

Disini para pembeli tidak begitu mempertanyakan perihal kelengkapan yang ada pada produk kosmetik online tersebut, yang terpenting ada tanggal kadaluarsa dan manfaatnya. Selain itu di awal penjual pun juga sudah memberikan penjelasan meski hanya mengenai manfaatnya saja.

Dikatakan oleh Nindya, selaku mahasiswa HK yang membeli produk kosmetik *online* :

Tidak mbak yang terpenting ada tanggal kadaluarsanya.⁴⁵

Dikatakan oleh Ani, selaku mahasiswa HTN yang membeli produk kosmetik *online* :

*Ora mbak pokok bakule wes njelasne manfaate yowes.*⁴⁶

⁴³ Savina, wawancara mahasiswa HES, tanggal 21 Febuari 2020, pukul 11.02 WIB.

⁴⁴ Eny, wawancara mahasiswa HK, tanggal 19 Febuari 2020, pukul 14.15 WIB.

⁴⁵ Nindya, wawancara mahasiswa HK, tanggal 19 Febuari 2020, pukul 09.16 WIB.

Tidak mbak yang penting penjualnya sudah menjelaskan manfaatnya ya sudah.

Dikatakan oleh Nurinda, selaku mahasiswa HES yang membeli produk kosmetik *online* :

Tidak mbak, yang terpenting sudah dijelaskan manfaatnya itu cukup.⁴⁷

Jawaban lain dikatakan oleh Savina, selaku mahasiswa HES yang membeli produk kosmetik *online* :

*Tau mbak, batinku pas barange teko kok informasine teko produk kui ora lengkap, koyo kui wes BPOM opo durung terus halal opo ora, cara pakai dll yo ora enek. Aku terpaksa tuku kuwi mergane jarene enek manfaate seng sesuai karo seng tak butuhne mbak.*⁴⁸

Pernah mbak, perasaan saya pas barangnya datang kok informasinya dari produk tersebut tidak lengkap, seperti itu sudah BPOM atau belum terus halal atau tidak, cara pakainya dll juga tidak ada. Saya terpaksa membeli itu karena, katanya ada manfaatnya yang sesuai dengan kebutuhan mbak.

Sama halnya jawaban Savina, jawaban Eny selaku mahasiswa HK yang membeli produk kosmetik *online* :

Pernah mbak, tapi ya sudah yang penting dari penjual sudah menjelaskan manfaatnya ya sudah, kalau cara pakai dan penyimpanannya saya kira-kira sendiri mbak.⁴⁹

Ani adalah salah satu pembeli kosmetik *online* dengan label informasi yang tidak lengkap. Ia tertarik membeli cream wajah untuk mengatasi permasalahan pada wajahnya tetapi alhasil ia merasakan ketidakcocokan dengan barang tersebut:

⁴⁶ Ani, wawancara mahasiswa HTN, tanggal 20 Februari 2020, pukul 09.44 WIB.

⁴⁷ Nurinda, wawancara mahasiswa HES, tanggal 20 Februari 2020, pukul 15.17 WIB.

⁴⁸ Savina, wawancara mahasiswa HES, tanggal 21 Februari 2020, pukul 11.02 WIB.

⁴⁹ Eny, wawancara mahasiswa HK, tanggal 19 Februari 2020, pukul 14.15 WIB.

*Tau mbak aku ora cocok, dadine wajahku rasane gatal-gatel terus rasane panas. Lek kenek srengenge matahari wajahku koyo kebakar terus abang.*⁵⁰

Pernah mbak saya tidak cocok, akibatnya muka saya gatal-gatal dan panas rasanya. Dan apabila terkena sinar matahari muka seperti terbakar dan merah.

Hal sama yang dikatakan oleh Nurinda yang merasa akibat tidak mengetahui aturan pemakaiannya ia menggunakan sesuai dengan kemauannya agar mendapatkan hasil yang cepat dan akibatnya wajahnya menjadi bruntusan dan malah timbul jerawat:

Iya mbak wajah saya pernah bruntusan dan timbul jerawat karena, dalam produk tersebut tidak ada aturan pemakaian jadi saya menggunakan dengan perkiraan saya mbak dan disisi lain saya tidak mengetahui komposisinya itu aman atau tidak di wajah saya.⁵¹

Setelah peneliti lebih mendalami informasi dari informan ternyata disini dalam praktiknya tidak membahas mengenai ganti rugi jika suatu saat terjadi kerugian akibat kosmetik yang dijual atau dibeli:

Saya tidak memberikan ganti rugi mbak, ya naudzubillah mbak jangan sampai terjadi apa-apa dalam memakai kosmetik saya.⁵²

Jawaban dari Nia:

*Aku ora ngewei ganti rugi mbak, soale kudune seng tuku yo luweh ngerti cocok ora ndek kulite.*⁵³

Saya tidak memberikan ganti rugi mbak, soalnya seharusnya pembeli juga harus lebih mengerti cocok atau tidak pada kulitnya.

Sama halnya dengan Nurinda mengatakan bahwa dalam jual beli tersebut tidak ada kesepakatan atau perkataan yang membahas

⁵⁰ Ani, wawancara mahasiswa HTN, tanggal 20 Februari 2020, pukul 09.44 WIB.

⁵¹ Nurinda, wawancara mahasiswa HES, tanggal 20 Februari 2020, pukul 15.17 WIB.

⁵² Kiki, wawancara mahasiswa HTN, tanggal 20 Februari 2020, pukul 13.00 WIB.

⁵³ Nia, wawancara mahasiswa HTN, tanggal 21 Februari 2020, pukul 08.00 WIB.

terhadap ganti rugi apabila dalam pemakaian ada kerugian yang didapatkan:

Tidak ada kesepakatan dalam memberikan ganti rugi mbak kalau setelah pemakaian ada ketidakcocokan atau ada kerugian akibat pemakaian tersebut.⁵⁴

B. Temuan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan pada mahasiswa Fasih IAIN Tulungagung, peneliti menemukan temuan penelitian yang berkaitan dengan fokus penelitian yaitu:

- a. Pemahaman penjual dan pembeli pada kalangan mahasiswa Fasih IAIN Tulungagung terhadap label informasi kosmetik *online* kebanyakan hanya sebatas harus ada tanggal kadaluarsa dan mereka juga tidak memahami bagaimana ketentuan label informasi yang baik dan benar pada kosmetik *online* yang mereka jual belikan.
- b. Dalam transaksinya mereka tidak menjelaskan informasi kosmetik *online* tersebut dengan detail karena dalam label informasinya juga tidak dicantumkan dengan lengkap. Dan setelah transaksi penjual juga tidak memberikan ganti rugi apabila terjadi masalah setelah pemakaian kosmetik tersebut.

⁵⁴ Nurinda, wawancara mahasiswa HES, tanggal 20 Februari 2020, pukul 15.17 WIB.