

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI UU NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG
PERLINDUNGAN KONSUMEN: RELASI PRODUK
PERAWATAN KECANTIKAN DI KOTA PAREPARE**



OLEH

**INTAN KUMALASARIS.
NIM: 18.2200.022**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2022

**IMPLEMENTASI UU NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG
PERLINDUNGAN KONSUMEN: RELASI PRODUK
PERAWATAN KECANTIKAN DI KOTA PAREPARE**



OLEH

**INTAN KUMALASARI S.
NIM. 18.2200.022**

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H.) pada program studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2022

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Implementasi UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen: Relasi produk perawatan kecantikan di Kota Parepare
Nama Mahasiswa : INTAN KUMALASARI S.
NIM : 18.2200.022
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Dasar Penetapan Pembimbing: SK.Dekan FAKSHI IAIN Parepare
Nomor : 1616 TAHUN 2021

Disetujui Oleh:

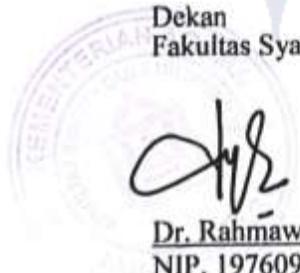
Pembimbing Utama : .Dr. Zainal Said, M.H
NIP : 19761118 200501 1002
Pembimbing Pendamping : .Dr. H. Suarning, M.Ag
NIP : 19631122 199403 1001



(.....)
(.....)

Mengetahui:

Dekan
Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam



Dr. Rahmawati, M.Ag.
NIP. 197609012006042001

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Implementasi UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen: Relasi produk perawatan kecantikan di Kota Parepare

Nama Mahasiswa : INTAN KUMALASARI S.

Nomor Induk Mahasiswa : 18.2200.022

Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam Nomor : 1616 TAHUN 2021

Tanggal Kelulusan : 10 Agustus 2022

Disahkan oleh Komisi Penguji:

Dr. Zainal Said, M.H	(Ketua)	(.....)
Dr. H. Suarning, M.Ag	(Sekretaris)	(.....)
Dr. Hj. Saidah, S.Hli., M.HI	(Anggota)	(.....)
Dr. Aris, S.Ag., M.HI	(Anggota)	(.....)

Mengetahui:

Dekan
Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam



Dr. Rahmawati, M.Ag.
NIP. 197609012006042001

KATA PENGANTAR

Bismillahir Rahmani Rahim

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas berkah, rahmat dan hiyah-Nya yang senantiasa dilimpahkan bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ implementasi UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen: relasi produk perawatan kecantikan di Kota Parepare” sebagai persyaratan untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam Institut Agama Isl;am Negeri (IAIN) Parepare.

Dalam penyusunan skripsi ini banyak kendala serta kendala yang diajukan penulis pada akhirnya dapat melaluinya berkat bantuan dan bimbingan serta bantuan dari pihak-pihak yang baik secara moral maupun spritual. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada orang tua penulis Ayahanda Salman S. Dan Ummi Hajrah D. Tercinta dengan pembinaan dan berkah doa tulusnya, penulis mendapat kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik dengan tepat waktu.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari Bapak Dr. Zainal Said, M.H dan Bapak Dr. H. Suarning, M.Ag, selaku pembimbing I dan pembimbing II, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis mengucapkan banyak-banyak terimakasih.

Selanjutnya, penulis juga mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Hannani, M.Ag, selaku Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare dan menyediakan fasilitas sehingga penulis dapat menyelesaikan studi sebagaimana diharapkan.
2. Dr. Rahmawati, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam, beserta sekretaris, Ketua Prodi dan Staff atas pengabdian telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa di Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam.

3. Bapak Ibu Dosen Program Studi Hukum Ekonomi Syariah yang telah meluangkan waktu untuk mendidik penulis selama belajar di kampus IAIN Parepare.
4. Kepala perpustakaan IAIN Parepare beserta seluruh jajarannya yang telah memberikan pelayanan dengan baik kepada penulis selama menjalani pembelajaran di IAIN Parepare, terutama dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Kepada informan masyarakat yang telah memebrikan informasi kepada peneliti.
6. Keluargaku terkhusus kepada orang tua tercinta Ayahanda Salman S. dan Ummi Hajrah D, yang selalu memberikan support baik dalam bentuk materi maupun teori.
7. Para sahabat seperjuangan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam, Yustina, Nitha Faradhilla, Rahma Dwi Octavia, Rusmi, Jeria Jannati Rahma, Harni Muda, Saridah Wahyuni, Nuramaliyah .terimakasih atas segala bantuan selama berada di IAIN Parepare.
8. Para saudara seperjuangan di DEMA FAKSHI tahun 2021, Hasni, Riri, Nisa, Utari, Yusuf, Dedi, Anggoro, dan terkhusus untuk Muhammad Ruslan yang selalu membantu dan memberikan effort yang baik kepada penulis terimakasih atas segala bantuan selama berada di di IAIN Parepare.
9. Teman-teman kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) di Desa Kendenan, Kec. Baraka, Kab.Enrekang, Marwan prajayana, Rizaldi, Nurilmi Rezki, Nur Fadhillah, Rosse, Andi nur Sayyadah.

Penulis tak lupa juga mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun material hingga tulisan ini dapat

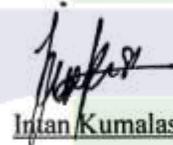
Penulis tak lupa juga mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun material hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah SWT. Berkenan menilai sebagai kebijakan dan sebagai amal *Jariyah*serta memberikan rahmat dan pahala-Nya.

Akhirnya penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare, 21 Juni 2022 M

21 Dzulqaddah 1443 H

Penulis,



Intan Kumalasari S.

NIM. 18.2200.022



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Intan Kumalasari s.
Nim : 18.2200.022
Tempat/Tanggal Lahir : Parepare, 16 November 2000
Fakultas : Syariah Dan Ilmu Hukum Islam
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Implementasi UU nomor 8 Tahun 1999 tentang
Perlindungan Konsumen: Relasi Produk
Perawatan Kecantikan di Kota Parepare.

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya sendiri. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, Sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 2022

Penyusun,



INTAN KUMALASARI S.

NIM. 18.2200.022

PAREPARE

ABSTRAK

Intan Kumalasari s., *Implementasi UU Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen: Relasi Produk Perawatan Kecantikan di Kota Parepare* (di bimbing oleh Zainal Said dan H. Suarning)

Skripsi ini membahas tentang Implementasi UU Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen: Relasi produk perawatan kecantikan di Kota Parepare. Objek penelitian ini adalah produk perawatan kecantikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peraturan perlindungan konsumen, bagaimana implementasi peraturan penjualan produk perawatan kecantikan dan bagaimana tinjauan hukum ekonomi Islam mengenai penjualan produk perawatan kecantikan yang ada di Kota Parepare.

Jenis penelitian ini adalah studi lapangan. Penelitian ini menggunakan metode Yuridis Normatif, pendekatan Yuridis yaitu penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder sebagai bahan dasar untuk diteliti dengan cara mengadakan penelusuran terhadap peraturan-peraturan dan literatur-literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Adapun teknik pengumpulan datanya menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi sedangkan teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik analisis data yang digunakan peneliti menggunakan model Miles and Huberman, bahwa ada tiga alur kegiatan, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan atau verifikasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa posisi konsumen dianggap rentan karena tidak dapat terlepas dari kegiatan jual beli dan sering kali mengalami penipuan yang mengakibatkan kerugian. Jadi untuk melindungi konsumen pemerintah membuat peraturan tentang perlindungan konsumen UU Nomor 8 tahun 1999 yang di dalamnya menjelaskan tentang asas-asas perlindungan konsumen, tujuan perlindungan konsumen, hak-hak konsumen, dan kewajiban sebagai konsumen, 2) Implementasi peraturan penjualan produk perawatan kecantikan di kota Parepare sudah lama berlaku, namun kenyataan yang terjadi di lapangan tidak sesuai dengan penerapan aturan karena masih banyaknya ditemukan penjual yang memperjualbelikan produk-produk yang masih menggunakan bahan-bahan yang cukup berbahaya bagi kesehatan, Tinjauan Hukum Ekonomi Islam mengenai penjualan produk perawatan kecantikan di kota Parepare yang dimana hal tersebut tidak sesuai dengan hukum Islam yang ada. Karena, dalam proses jualbelinya tidak sesuai dengan aturan yang ada di dalam syarat sah Hukum jual beli yaitu *Ma'qud Alaih* dan *Syara'*.

Kata kunci: Peraturan perlindungan konsumen, Produk Perawatan Kecantikan.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	iii
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kegunaan Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Tinjauan Penelitian Relevan	8
B. Tinjauan Teoritis	10
1. Jual Beli.....	10
2. Kecantikan.....	14
3. Perlindungan Konsumen	16
4. Hukum Ekonomi Islam.....	21

C. Teori Konseptual	22
D. Kerangka Pikir.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	30
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	31
C. Gambaran Umum Kota Parepare.....	31
D. Fokus Penelitian	34
E. Jenis Dan Sumber Data	34
F. Teknik Pengumpulan Dan Pengelolaan Data.....	35
G. Uji Keabsahan Data.....	37
H. Teknik Analisis Data.....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	39
A. Implementasi peraturan penjualan produk perawatan kecantikan di kota Parepare.....	39
B. Tinjauan Hukum Ekonomi Islam mengenai penjualan produk perawatan kecantikan di kota Parepare.....	50
BAB V KESIMPULAN.....	62
A. Kesimpulan.....	62
B. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	I

DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
Lampiran 1	Surat Izin Meneliti dari Kampus	
Lampiran 2	Surat Izin Penelitian dari Kantor Dinas Penanaman Modal Satu Pintu Kota Parepare	
Lampiran 3	Pedoman Wawancara	
Lampiran 4	Surat Keterangan Wawancara	
Lampiran 5	Dokumentasi	



PEDOMAN TRANSLITERASI

1. Transliterasi

a. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	b	be
ت	Ta	t	te
ث	Tha	th	te dan ha
ج	Jim	j	je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	kh	ka dan ha

د	Dal	d	de
ذ	Dhal	dh	de dan ha
ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Shad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	'ain	‘	koma terbalik keatas
غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef

ق	Qof	q	qi
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we
ه	Ha	h	ha
ء	Hamzah	'	apostrof
ي	Ya	y	ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (')

b. Vokal

1) Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Fathah	A	A
إ	Kasrah	I	I
أ	Dammah	U	U

2) Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
يَـِ	fathah dan ya	Ai	a dan i
وَّ	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : kaifa

حَوْلَ : haula

c. *Maddah*

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
أَـِ	fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis diatas
يِـِ	kasrah dan ya	Ī	i dan garis diatas
وُـِ	dammah dan wau	Ū	u dan garis diatas

Contoh:

مَاتَ	: māta
رَمَى	: ramā
قِيلَ	: qīla
يَمُوتُ	: yamūtu

d. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- 1) *Ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah [t]
- 2) *Ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*.

Contoh:

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ	: <i>Rauḍah al-jannah</i> atau <i>Rauḍatul jannah</i>
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ	: <i>Al-madīnah al-fāḍilah</i> atau <i>Al-madīnatul fāḍilah</i>
الْحِكْمَةُ	: <i>Al-hikmah</i>

e. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Contoh:

رَبَّنَا : *Rabbanā*

نَجَّيْنَا : *Najjainā*

الْحَقُّ : *Al-Haqq*

الْحَجُّ : *Al-Hajj*

نُعْمٌ : *Nu'ima*

عُدُوٌّ : *'Aduwwun*

Jika huruf *ع* bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (*يَ*), maka ia litransliterasi seperti huruf *maddah* (i).

Contoh:

عَرَبِيٌّ : 'Arabi (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

عَلِيٌّ : "Ali (bukan 'Alyy atau 'Aly)

f. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *لا* (*alif lam ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasikan seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari katayang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الْشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalzalāh* (bukan *az-zalzalāh*)

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

g. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

النَّوْءُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

أُمِرْتُ : *umirtu*

h. Kata Arab yang lazim digunakan dalam bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dar *Qur'an*), *Sunnah*.

Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab maka mereka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Fī zilāl al-qur'an

Al-sunnah qabl al-tadwin

Al-ibārat bi ‘umum al-lafẓ lā bi khusus al-sabab

i. *Lafẓ al-Jalalah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilahi* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ *Dīnullah*

بِاللَّهِ *billah*

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafẓ al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمُ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ

Hum fi rahmmatillāh

j. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan kepada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*).

Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi’a linnāsi lalladhī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur’an

Nasir al-Din al-Tusī

Abū Nasr al-Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abū* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: *Ibnu Rusyd*, *Abū al-Walīd Muhammad* (bukan: *Rusyd*, *Abū al-Walid Muhammad Ibnu*)

Naṣr Hamīd Abū Zaid, ditulis menjadi *Abū Zaid*, *Naṣr Hamīd* (bukan: *Zaid*, *Naṣr Hamīd Abū*)

2. Singkatan

Beberapa singkatan yang di bakukan adalah:

swt.	=	<i>subḥānāhu wa ta'āla</i>
saw.	=	<i>ṣallallāhu 'alaihi wa sallam</i>
a.s.	=	<i>'alaihi al-sallām</i>
H	=	Hijriah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
l.	=	Lahir Tahun
w.	=	Wafat Tahun
QS .../ ...: 4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahim/..., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab

ص	=	صفحة
دم	=	بدون مكان
صلعم	=	صلى الله عليه وسلم
ط	=	طبعة
دن	=	بدون ناشر
الخ	=	إلى آخرها/إلى آخره
ج	=	جزء

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu di jelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

- ed. : Editor (atau, eds. [kata dari editors] jika lebih dari satu orang editor). Karena dalam bahasa Indonesia kata “edotor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).
- et al. : “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.
- Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.
- Terj : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga untuk penulisan karta terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya
- Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedia dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan juz.
- No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Jual beli produk perawatan kecantikan semakin marak di masyarakat khususnya untuk para kaum hawa. Definisi jual beli atau biasa disebut *al-ba'i* menurut pasal 20 ayat 2 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah adalah pertukaran antara benda dan benda, atau pertukaran antara benda dan uang.¹

Untuk melakukan jual beli tentunya harus ada pelaku atau penjual dan pembeli, objek atau harga dan barang, kemudian terjadinya akad atau tindakan yang dilakukan kedua belah pihak yang menunjukkan sedang melakukan transaksi. Maka bisa disimpulkan sebelum akad transaksi, pembeli harus mengetahui barang yang akan dibeli untuk menghindari potensi kerugian. Penjual harus memastikan barang yang dijual sesuai hak konsumen, keamanan dan keselamatan dalam menggunakan barang atau jasa. Peraturan perlindungan konsumen diatur dalam Undang-undang Republik Indonesia No.8 Tahun 1999. Tetapi Implementasi perlindungan konsumen masih sering diabaikan, karena kebanyakan pembeli (konsumen) hanya memperhatikan perubahan yang dihasilkannya tanpa memikirkan komposisinya. Hal ini kadang dimanfaatkan oleh penjual menggunakan bahan kimia yang berbahaya. Berdasarkan masalah yang diatas tentunya harus ada implementasi peraturan perlindungan konsumen. Definisi implementasi adalah tindakan dari keseluruhan proses untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan². Sesuai fakta yang terjadi dimasyarakat jual beli produk perawatan kecantikan khususnya kaum hawa sering melakukan perjualbelian produk perawatan kecantikan, tapi tidak semua pelaku usaha atau penjual memahami peraturan perlindungan konsumen.³

¹ Dr. Mardani, 2006, *Fiqih Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Group), h.101

² Iwan Apriandi, *Implementasi Qanun Nomor II Tahun 2002 tentang Syariat Islam di Kota Langsa*, 2017, h.2

³ Ni Nyoman Rani, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen atas Penjualan Produk Kosmetik dalam kemasan container (share in jar)*, 2009, h.3-4

Salah satu contoh yang harus dilakukan adalah meningkatkan kesadaran pelaku usaha, agar produk perawatan kecantikan yang diperjual belikan memiliki izin edar dari badan pengawas obat dan makanan atau BPOM. Karena hak dari konsumen harus terpenuhi, seperti hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan saat menggunakan barang atau jasa.

Selain itu pelaku usaha juga sebaiknya mencantumkan identitas produk perawatan kecantikannya, agar konsumen mengetahui komposisi, tanggal kadaluarsa, larangan, dan efek samping dari produk tersebut. Guna untuk memastikan hak dari konsumen terpenuhi, sebagaimana yang sudah dijelaskan pada undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.

Adapun pasal yang mengatur mengenai perlindungan konsumen, yaitu pasal 4 dan 5 tentang hak dan kewajiban konsumen. Rincian pasal 4 tentang hak konsumen. Pasal tersebut menjelaskan hak konsumen yang diatur dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 dimana pasal 4 berbunyi,

1. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa.
2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai barang dan/atau jasa.
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhan atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
6. Hak untuk mendapatkan 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/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.
Sedangkan Undang-undang nomor 8 Tahun 1999 pasal berbunyi tentang

kewajiban konsumen. Seperti,

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 nilai tukar yang disepakati.
4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Kemudian pada pasal 7 dan pasal 8 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen yang mengatur ketentuan hak dan kewajiban pelaku usaha berikut rincian pasal 7 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 yang berbunyi .

1. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
2. Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik.
3. Hak untuk melakukan pembelaan dari sepatutnya didalam penyelesaian hukum sengketa 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 ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Selanjutnya, dalam pasal 8 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 yang mengatur kewajiban pelaku usaha yang berbunyi:

1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.

2. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan.
3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
4. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.
5. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau menguji dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan.
6. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
7. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.⁴

Adapun yang mengatur tentang izin edar yakni pasal 106 ayat (1) dan pasal 197 Undang-undang Nomor 39 Tahun 2009 tentang kesehatan. Adapun bunyi dari pasal 106 Ayat (1) “sediaan farmasi dan alat kesehatan hanya dapat diedarkan setelah mendapatkan izin edar.” Kemudian, bunyi pasal 197 Undang-undang Nomor 39 Tahun 2009 tentang kesehatan, yaitu “setiap orang yang dengan sengaja memproduksi atau mengedarkan sediaan farmasi dan/atau alat kesehatan yang tidak dimiliki izin edar sebagaimana yang dimaksud dalam pasal 106 ayat (1) dipidana

⁴Republik Indonesia. 1999. *Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*. (Jakarta, https://gatrik.esdm.go.id/assets/uploads/download_index_files/e39ab-uu-nomor-8-tahun-1999.pdf)

dengan pidana penjara paling lama 15 (lima belas) tahun dan denda paling banyak Rp.1.500.000.000.00 (satu miliar lima ratus juta rupiah).⁵

Sebenarnya pada Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen pasal 4, pasal 5, pasal 7, dan pasal 8 maupun Undang-undang Nomor 39 Tahun 2009 tentang kesehatan khususnya pasal 106 ayat (1) dan pasal 197 sudah sangat jelas mengenai hak dan kewajiban konsumen maupun pelaku usaha dan mengenai pidana dan denda. Dengan ini sudah bisa dikatakan sebagai upaya pemerintah untuk mengimplementasi peraturan perlindungan konsumen.

Tapi masih ada pihak-pihak tertentu yang disebutkan dalam pasal 4 dan pasal 5 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Dilansir dari Antara news pada 22 November 2019, Badan pengawasan Obat dan makanan Makassar dan Bea Cukai Makassar Melansir 13.780 kemasan kosmetik atau perawatan kecantikan yang mengandung zat berbahaya dan ditaksir nilai produk tersebut Rp.548.780.000.00.⁶

Berdasarkan latar belakang diatas. Permasalahan ini menarik untuk diteliti sehingga dapat menumbuhkan kesadaran masyarakat khususnya pelaku usaha dan konsumen di kota Parepare. Pemerintah sudah melakukan berbagai upaya perlindungan hukum, maka dari itu penulis tertarik untuk mengkaji dalam bentuk proposal skripsi dengan judul “Implementasi Peraturan Perlindungan Konsumen Terhadap Jual Beli Produk Perawatan Kecantikan di Kota Parepare.

Diharapkan dalam melakukan jual beli produk perawatan kecantikan di Kota Parepare memiliki izin edar BPOM. Selain itu pelaku usaha juga harus mencantumkan identitas produk perawatan kecantikan, agar konsumen mengetahui komposisi, tanggal kadaluarsa, larangan dan efek samping dari produk tersebut. Guna memastikan hak dari konsumen terpenuhi sebagaimana yang sudah dijelaskan dalam

⁵Republik Indonesia. 2009. *Undang-undang Nomor 39 Tahun 2009 tentang Kesehatan*. (Jakarta, https://infeksiemerging.kemkes.go.id/download/UU_36_2009_Kesehatan.pdf.)

⁶BPOM Makassar merilis Kosmetik Ilegal, 2019. ([https://m.antaraantara.com/news.com\(berita\)1176056/bbpom-makassar-merilis-kosmetik-dan-pangan-ilegal](https://m.antaraantara.com/news.com(berita)1176056/bbpom-makassar-merilis-kosmetik-dan-pangan-ilegal)), diakses 7 September 2021

pasal 4, 5, dan 7 Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.

Namun pada kenyataannya masih ada pihak-pihak tertentu yang disebutkan dalam pasal 4 dan pasal 5 dan juga pasal 7 Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Seperti yang dilansir news pada 22 November 2009, Badan Pengawasan Obat dan Makanan. Makassar dan Bea cukai Makassar melansir 13.780 kemasan kosmetik atau perawatan kecantikan yang mengandung zat berbahaya dan ditaksir nilai produk tersebut berkisar Rp.548.780.000.00, hal tersebut menunjukkan bahwa masih banyak pelaku usaha yang memperjualbelikan produk perawatan kecantikan secara ilegal tanpa memperhatikan efek bagi konsumen atau pemakai produk kecantikan.

B. Rumusan Masalah

Agar tujuan ini lebih terarah, maka penulis memfokuskan pada tiga persoalan yang perlu diteliti lebih lanjut, agar penelitian ini mengarah pada persoalan yang akan dituju, adapun rumusan masalah yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi peraturan penjualan produk perawatan kecantikan di Kota Parepare?
2. Bagaimana tinjauan hukum ekonomi Islam mengenai penjualan produk perawatan kecantikan di Kota Parepare?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana implementasi peraturan penjualan produk perawatan kecantikan di Kota Parepare.
2. Untuk mengetahui bagaimana pandangan Hukum Ekonomi Islam mengenai penjualan produk perawatan kecantikan di Kota Parepare.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan maupun harapan dari penelitian ilmiah ini, yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis.

1. Kegunaan teoritis
 - a. Diharapkan dapat dijadikan kajian bagi peneliti yang memiliki permasalahan yang serupa atau pembahasan yang sama dari penelitian ini.
 - b. Diharapkan dapat menjadi referensi dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dibidang Hukum Ekonomi Syariah.
2. Kegunaan praktis
 - a. Bagi Peneliti, untuk memperluas wawasan ilmu yang diperoleh dalam perkuliahan dan untuk memenuhi syarat tugas akhir skripsi.
 - b. Bagi Akademisi, dapat dijadikan masukan atau referensi dalam penelitian yang sehubungan dengan peraturan perlindungan konsumen terhadap jual beli perawatan kecantikan.
 - c. Bagi Masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat khususnya konsumen dan pelaku usaha tentang hak dan kewajibannya, serta ketentuan hukum yang berlaku.
 - d. Bagi Instansi terkait, jika ditemukan penyimpangan yang dilakukan oleh pelaku usaha ataupun konsumen agar kiranya di proses sesuai hukum yang berlaku untuk menimbulkan efek jera.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Berdasarkan literatur pada implementasi peraturan perlindungan konsumen terhadap praktek jual beli perawatan kecantikan di Kota Parepare maka penulis menemukan beberapa literature yang mempunyai kesamaan dan perbedaan pada penelitian yang penulis lakukan dengan judul “Implementasi peraturan perlindungan konsumen terhadap jual beli perawatan kecantikan di Kota Parepare” adapun penelitian yang berkaitan yaitu.

Penelitian yang disusun oleh Nursyam dengan judul perlindungan terhadap konsumen dalam transaksi jual beli online dropship di Kota Parepare (prespektif hukum ekonomi Islam). Dalam hal ini peneliti, meneliti 3 pokok permasalahan yaitu 1) bagaimana gambaran jual beli online dropship di Kota Parepare, 2) bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen yang sudah melakukan transaksi jual beli online dropship, 3) bagaimana tinjauan hukum ekonomi Islam terhadap jual beli online dropship di Kota Parepare. Dari hal tersebut, peneliti dapat melihat bahwa transaksi jual beli online dropship di Kota Parepare sangat mudah untuk dilakukan baik pihak konsumen maupun pelaku usaha. Transaksi online dropship bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja. Cukup menggunakan Handphone seseorang bisa melakukan transaksi jual beli online dropship.⁷

Relevansi penelitian ini dengan penelitian yang penulis lakukan adalah sama-sama mengkaji tentang perlindungan hukum terhadap konsumen, namun perbedaan mendasar dalam penelitian ini dengan penelitian penulis ialah metode pengkajian yang digunakan dalam skripsi ini bertitik tumpu pada perlindungan konsumen sistem jual beli *online dropship* prespektif hukum ekonomi Islam,

⁷ Nursyam, “*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Dropship di Kota Parepare (Prespektif Hukum Ekonomi Islam)*”, Skripsi sarjana Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare 2021

sedangkan pada penelitian penulis lebih mengkaji terhadap implementasi peraturan perlindungan konsumen terhadap jual beli produk perawatan kecantikan.

Sementara itu dalam penelitian yang disusun oleh Dewi Larasati, dengan judul “Persepsi Mahasiswa Terhadap Produk Kosmetik yang tidak terdaftar pada BPOM Ditinjau dari Perilaku Konsumen (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2014 di IAIN Metro Lampung”⁸, dalam penelitian ini, peneliti mau melihat bagaimana pandangan mahasiswa terhadap produk kosmetik yang tidak terdaftar pada BPOM. Dari hasil penelitian tersebut, peneliti berkesimpulan bahwa mahasiswa cenderung dapat memahami bagaimana produk kosmetik yang tidak terdaftar pada BPOM dan yang terdaftar pada BPOM, peneliti juga menyatakan bahwa sebagian mahasiswa pernah menggunakan produk yang belum terdaftar pada BPOM. Dalam memilih dan membeli sebuah produk kosmetik sebagian mahasiswa dipengaruhi oleh faktor teman dekat dan diri sendiri.

Relevansi peneliti ini adalah sama-sama meneliti faktor-faktor penyebab produk kosmetik yang tidak terdaftar pada BOPM, sedangkan perbedaannya dalam penelitian, ini yaitu peneliti lebih fokus kepada pandangan mahasiswa terhadap produk kosmetik yang tidak terdaftar BPOM, sedangkan penulis lebih cenderung meneliti tentang implementasi peraturan perlindungan konsumen terhadap jual beli produk perawatan kecantikan.

Selanjutnya, dalam penelitian yang ditulis oleh Sekar Ayu Amilahr Priaji yang berjudul “Perlindungan Hukum Terhadap Peredaran Kosmetik yang merugikan Konsumen” dalam penelitian ini, penulisnya bertujuan untuk menganalisis Perlindungan Hukum bagi Konsumen pengguna Kosmetik baik secara normative maupun empiric terhadap peredaran kosmetik yang merugikan konsumen serta pertanggung jawaban pelaku usaha atas produk kosmetik yang

⁸ Dewi Larasati, “*Presepsi Mahasiswa Terhadap Produk Kosmetik yang Tidak Terdaftar Pada BPOM Ditinjau dari Perilaku Konsumen (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2014 di IAIN Metro Lampung)*”, Skripsi sarjana Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro 2019

merugikan bagi konsumen, dalam penelitian tersebut penulis merumuskan 2 masalah yaitu, bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen atas beredarnya kosmetik yang merugikan konsumen? Dan yang ke 2. Bagaimana tanggung jawab pelaku usaha atas beredarnya Kosmetik yang merugikan konsumen? Dari dua rumusan masalah yang ada diatas dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha belum sepenuhnya bertanggung jawab atas produk, dan pengguna kosmetik yang merugikan konsumen.

Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti mengenai Perlindungan Hukum terhadap konsumen dalam penjualan produk kosmetik. Sedangkan perbedaan dengan penelitian penulis yaitu lebih memfokuskan terhadap Perlindungan Konsumen terhadap jual beli perawatan Kecantikan.⁹

Dari ketiga penelitian tersebut belum ada yang secara khusus membahas mengenai implementasi peraturan perlindungan konsumen terhadap jual beli produk perawatan kecantikan dalam suatu daerah. Peneliti melakukan sebuah studi kasus kepada para konsumen yang melakukan jual beli produk perawatan kecantikan dan mengambil sebuah wilayah Kota Parepare. Oleh sebab itu, penelitian dan pembahasan dengan sebuah topik pembahasan mengenai penegakan peraturan perlindungan konsumen terhadap jual beli perawatan kecantikan menurut peniliti perlu adanya karena dalam penelitian ini berbeda dengan tulisan-tulisan yang sudah dibahas dalam penelitian-penelitian sebelumnya.

B. Tinjauan Teoritis

1. Jual Beli

a. Pengertian Jual Beli

Secara Terminologi fiqh jual beli disebut dengan *al-ba'iyah* berarti menjual mengganti, dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang

⁹ Sekar Ayu Amilatur Priaji, “*Perlindungan Hukum Terhadap Peredaran Kosmetik yang merugikan Konsumen*”, Skripsi Sarjana Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2018.

lain. Lafal *al-ba'i* dalam terminology fiqih terkadang dipakai untuk pengertian lawannya, yaitu lafal *al-Syira'* yang berarti membeli. Dengan demikian, *al-ba'i* mengandung arti menjual sekaligus membeli atau Jual Beli. Menurut Hanafiah pengertian Jual Beli (*al-bay*) secara definitif yaitu tukar-menukar harta benda atau sesuatu yang diingankan dengan sesuatu yang sepadan melalui cara tertentu yang bermanfaat. Adapun menurut Malikiyah, Syafi'iyah, dan Hanabilah, bahwa jual beli (*al-ba'i*), yaitu tukar-menukar harta dengan harta pula dalam bentuk pemindahan milik dan kepemilikan. Dan menurut Pasal 20 ayat 2 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, *ba'i* adalah jual beli antara benda dan benda, atau pertukaran antara benda dengan uang.¹⁰

b. Rukun Jual Beli

Rukun jual beli ada tiga, yaitu:

1. Pelaku transaksi, yaitu penjual dan pembeli
2. Objek transaksi, yaitu harga dan barang
3. Akad (transaksi), yaitu segala tindakan yang dilakukan kedua belah pihak yang menunjukkan mereka sedang melakukan transaksi, baik tindakan itu berbentuk kata-kata maupun perbuatan.¹¹

c. Syarat Sahnya Jual Beli

Suatu Jual Beli tidak sah bila tidak terpenuhi dalam suatu akad tujuh syarat, yaitu:

1. Saling rela antara kedua belah pihak. Kerelaan antara kedua belah pihak untuk melakukan transaksi syarat mutlak keabsahannya, berdasarkan firman Allah dalam QS. *an-nisaa'* (4): 29, dan Hadis Nabi Riwayat Ibnu Majah: “jual beli haruslah atas dasar kerelaan (suka sama suka).”

¹⁰ Mardani, *Fiqih Ekonomi Syariah*, (Jakarta:Kencana,2016 cetakan. 6) h.101

¹¹ Mardani, *Fiqih Ekonomi Syariah*, (Jakarta:Kencana,2016 cetakan. 6) h.102

2. Pelaku akad adalah orang yang telah balig, berakal, dan mengerti. Maka, akad yang dilakukan oleh anak dibawah umur, orang gila, atau idiot tidak sah kecuali dengan seizing walinya, kecuali akad yang bernilai rendah seperti membeli kembang gula, korek api, dan lain-lain. Hal ini berdasarkan kepada firman Allah QS. an-nisaa'(4):5 dan 6)
3. Harta yang menjadi objek transaksi telah dimiliki sebelumnya oleh kedua belah pihak. Maka, tidak sah jual beli barang yang belum dimiliki tanpa seizing pemiliknya. Hal ini berdasarkan Hadis Nabi SAW riwayat Abu Daud dan Tirmidzi, sebagai berikut “janganlah engkau jual beli barang yang bukan milikmu”.
4. Objek transaksi adalah barang yang dibolehkan agama. Maka tidak boleh menjual barang haram seperti khamar (minuman keras) dan lain-lain. Hal ini berdasarkan Hadis Nabi SAW Riwayat Ahmad: “sesungguhnya Allah bila mengharamkan nilai jual barang tersebut”.
5. Obejk transaksi adalah barang yang biasa diserahterimakan. Maka tidak sah jual mobil hilang, burung diangkasa karena tidak dapat diserahterimakan. Hal ini berdasarkan Hadis Nabi Riwayat Muslim: “Dari Abu Hurairah r.a. Bahwa Nabi Muhammad SAW melarang jual beli gharar (penipuan).”
6. Objek jual beli diketahui oleh kedua belah pihak saat akad. Maka tidak sah menjual barang yang tidak jelas. Misalnya, pembeli harus melihat terlebih dahulu barang tersebut dan/atau spesifikasi barang tersebut. Hal ini berdasarkan Hadis Riwayat Muslim tersebut.
7. Harga harus jelas saat transaksi. Maka tidak sah jual beli dimana penjual mengatakan: “Aku jual mobil ini kepadamu dengan harga

yang akan kita sepakati nantinya.” Hal ini berdasarkan Hadis Riwayat Muslim tersebut.¹²

d. Hukum dan Sifat Jual Beli

Dilihat dari hukum dan sifat jual beli, Jumhur Ulama membagi jual beli menjadi dua macam, yaitu jual beli yang dikategorikan sah (sahih) dan jual beli yang dikategorikan tidak sah. Dalam jual beli yang telah memenuhi ketentuan syara', baik dalam rukun maupun syaratnya, sedangkan jual beli yang tidak sah adalah jual beli yang tidak memenuhi salah satu syarat dan rukun sehingga jual beli dapat menjadi rusak (fasid) atau dapat dikatakan batal, atau dengan kata lain menurut Jumhur Ulama Hanafiyah membagi hukum dan sifat jual-beli dapat menjadi sah, batal, dan rusak.¹³

مَنْ عَمِلَ عَمَلًا لَيْسَ عَلَيْهِ أَمْرُنَا فَهُوَ رَدٌّ

Artinya:

“barang siapa yang berbuat suatu amal yang tidak kami perintahkan, maka tertolak”.¹⁴

Berdasarkan hadist diatas, Jumhur Ulama berpendapat bahwa akad atau dengan istilah jual beli yang keluar dari syara' harus ditolak atau tidak dianggap, baik dalam hal muamalat maupun ibadah.

Adapun menurut ulama Hanafiyah, dalam masalah muamalah terkadang ada suatu kemaslahatan yang tidak ada ketentuannya syara' sehingga ini tidak sesuai atau adanya kekurangan dan ketentuan lain, dan adapun akad yang batal dan adapula yang rusak begitu saja.

¹² Mardani, *Fiqih Ekonomi Syariah*, (Jakarta:Kencana,2016 cetakan. 6) h.104-105

¹³ Prof. DR. H. Rachmat Syafei, MA. *Fiqih Muamalah*, (Bandung” CV PUSTAKA SETIA),h.91-92

¹⁴ Yufidia, “Serial Kutipan hadits”, <https://umma.id/post/serial-kutipan-hadits-amalan-yang-tertolak-303512?lang=id>, (diakses pada 08 Februari 2022, pukul 19.47)

e. Pembagian macam-macam Jual-Beli

Dari aspek objek Jual Beli dibedakan menjadi Empat macam:

- 1) Bai' al-Muqaydhab, atau bai' al-'ain bil-'ain, yakni jual-beli barang dengan barang yang lazim dapat disebut dengan jual-beli barter, seperti menjual hewan dengan gandum.
- 2) Bai' al-Muthlaq, atau bai' al-'ain bil-dain, yaitu jual beli barang dengan barang lain secara tangguh atau menjual barang tsaman secara mutlaq, seperti Dirham, Rupiah atau Dolar.
- 3) Bai' al-sharf, atau bai' al-dain bil-dain, yakni menjualbelikan tsaman (alat pembayaran) dengan staman lainnya, seperti Dinar, Dirham, Dolar atau alat-alat pembayaran lainnya yang berlaku secara umum.
- 4) Bai'al-salam, atau bai' al-dain bil'ain. Dalam hal ini barang yang akan diakadkan akan berfungsi sebagai mabi'melainkan yang egrupa dain (tanggungan) sedangkan uang yang telah dibayarkan sebagai tsaman,bisa menjadi berupa 'ain dan bisa jadi berupa dain namun harus diserahkan sebelum keduanya dipisahkan. Dan karena itu tsaman dalam akad salam berlaku sebagai 'ain.

2. Kecantikan

a. kecantikan

Perawatan kecantikan merupakan prosedur untuk mengatasi masalah pada kulit wajah manusia. Masalah kulit wajah ini dapat berkaitan dengan tekstur, tekanan sel, warna, serta kesehatan secara keseluruhan, sementara rangkaian dari berbagai penerapan yang mendukung keadaan integritas kulit wajah, ialah untuk meningkatkan sebuah penampilan dan mengubah keadaan kondisi kulit.¹⁵

¹⁵ Eka Eskawati, *Analisis Yuridis Penggunaan Produk Kecantikan Kosmetik Tanpa Izin Edar BPOM Ditinjau dari UU No 8 Tahun 1999 tTentang Perlindungan Konsumen*, Vol 4, No 4 (2021). Hsal 3

Perawatan kecantikan (skincare) digunakan secara luas untuk memenuhi kebutuhan maupun kesehatan. Sehat dalam arti luas ialah keadaan sejahtera fisik. Penampilan kulit sehat dapat dilihat dari struktur fisik kulit seperti warna, kelenturan, tebal dan tekstur kulit. Adapun berbagai faktor yang dapat mempengaruhi penampilan kulit yang sehat seperti umur, ras, iklim, sinar matahari, serta yang dapat mempengaruhi ialah kehamilan. Perawatan kecantikan yang berguna dalam memperbaiki kesehatan dan penampilan fisik yang dimana dapat melindungi bagian dari kerusakan yang disebabkan oleh lingkungan sekitar.

Penggunaan perawatan kecantikan (skincare) harus diperhatikan, adapun kesalahan dalam memilih perawatan tersebut dapat berdampak buruk dan menyebabkan banyak masalah. Efek dari penggunaan skincare yang salah atau palsu dapat menimbulkan hal-hal yang tidak diinginkan, mulai dari perubahan warna kulit yang pada akhirnya menimbulkan bintik-bintik hitam pada kulit, perubahan warna pada kulit, alergi, iritasi kulit, kulit kemerah-merahan, rasa perih dan terbakar. Dan lebih dari itu dapat juga menimbulkan gangguan system pada syaraf, seperti kepilek, insomnia, gangguan penglihatan, gangguan emosi, gagal ginjal, kerusakan permanen otak, serta kerusakan pada paru-paru.

Di dalam memilih perawatan kecantikan (skincare) yang baik dalam hal ini pun harus cocok dengan pemakai, dan mempunyai ciri-ciri khusus ialah harus memiliki keamanan yang cukup baik yaitu tidak mencampurkan bahan terlarang, disamping itu pula perawatan pada kulit wajah harus memiliki produksi yang baik serta bermutu dalam proses pembuatan skincare.

3. Perlindungan Konsumen

a. Pengertian Perlindungan Konsumen

Hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen sangat sering terdengar. Namun, belum jelas kebenarannya apa saja yang masuk kedalam materi keduanya. Karena posisi konsumen disini sangat lemah maka harus dilindungi oleh hukum. Salah satu sifat, yang sekaligus tujuan hukum itu sendiri adalah memberikan perlindungan (pengayoman) kepada masyarakat, sehingga hukum konsumen dan hukum perlindungan adalah dua bidang yang sangat sulit dipisahkan dan ditarik batasannya.

Adapun yang berpendapat, hukum perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen yang memiliki arti lebih luas. Az. Nasution, yang berpendapat bahwa perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang dan atau jasa konsumen.¹⁶

Menurut Prof. Dr. Mochtar Kusumaatmadja, Perlindungan Konsumen adalah, Keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur hubungan dan masalah penyedia dan penggunaannya, dalam kehidupan bermasyarakat.¹⁷

Menurut pasal 1 butir 1 undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen ialah perlindungan konsumen merupakan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Dan dari pengertian ini dapat diambil kesimpulan bahwa tujuan perlindungan konsumen adalah untuk

¹⁶ Rizka Syafriana, *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Elektronik*, De Lega Lata, Vol 1. No.2 Tahun 2016. h. 430.

¹⁷ Kurniawan, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Problematika Kedudukan dan Kekuatan Putusan Badan penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), Universitas Brawijaya Press, 2011, h. 42.

menjamin adanya kepastian hukum, sehingga perlindungan konsumen tidak dapat terlepas dari adanya hukum dan perlindungan konsumen.¹⁸

Perlindungan konsumen merupakan jaminan yang seharusnya didapatkan oleh para konsumen atas produk dan bahan makanan yang dibeli dari produsen atau para pelaku usaha. Saat ini para produsen yang tidak mementingkan kesehatan dan keselamatan para konsumennya seringkali kita jumpai melakukan pelanggaran-pelanggaran yang dilakukan oleh pihak produsen terhadap konsumen.

Undang-undang mengenai perlindungan konsumen ini memang telah diterbitkan namun dalam proses pelaksanaan atau aplikasi dari undang-undang itu sendiri yang belum sama sekali maksimal atau dengan kata lain peraturan yang ada di dalam undang-undang tidak sesuai dengan kenyataan yang ada. Dan dalam beberapa kasus ada banyak ditemukan produsen yang melakukan pelanggaran-pelanggaran yang merugikan para konsumen tentunya yang berkaitan dengan tanggung jawab produsen (pelaku usaha) dalam tingkatan yang dianggap membahayakan kesehatan mental dari para konsumen.¹⁹

Kondisi Konsumen yang dirugikan, memerlukan peningkatan upaya untuk melindungi sehingga hak-hak konsumen dapat ditegakkan. Namun sebaliknya perlu diperhatikan pula bahwa dalam memberikan perlindungan kepada konsumen, justru tidak boleh mematikan usaha yang dilakukan pelaku usaha, karena keberadaan pelaku usaha ialah suatu hal yang juga esensial dalam perekonomian Negara. Dan karena itu, ketentuan yang diberikan kepada perlindungan konsumen harus juga diimbangi dengan ketentuan untuk memberikan perlindungan terhadap pelaku

¹⁸ Abdul atsar&Rani Apriani, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Cet I, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), h.32.

¹⁹ Rosmawati, *pokok-pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, (Cet I, Depok, Prenada Media Group, 2018), h. 1.

usaha. Sehingga perlindungan konsumen tidak dapat membalik kedudukan konsumen dari kedudukan yang lemah menjadi yang lebih kuat.²⁰

b. Hak-hak Konsumen

Kedudukan konsumen terhadap produsen yang seharusnya seimbang menjadi lemah dikarenakan rendahnya pengetahuan konsumen akan hak-haknya sebagai konsumen. Sesuai dengan yang ada pada pasal 5 undang-undang perlindungan konsumen, hak-hak konsumen ialah:

- 1) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang/jasa.
- 2) Hak untuk memilih dan mendapatkan barang/jasa sesuai dengan nilai dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- 3) Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang/jasa.
- 4) Hak untuk mendengar pendapat keluhan atas barang/jasa yang digunakan.
- 5) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- 6) Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen.
- 7) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- 8) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, atau penggantian, jika barang/jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
- 9) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.²¹

²⁰ Abd Haris Hamid, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia* (Cet I: Makassar, 2017), h.5.

²¹ Republik Indonesia, UU RI No.8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen pasal 5.

Hak-hak konsumen ini perlu diketahui oleh banyaknya masyarakat luas diluar sana sebagai konsumen, untuk menjamin kepastian hukum dan segala upaya terhadap konsumen itu sendiri.

c. Kewajiban konsumen

- 1) Membaca atau mengikuti petunjuk dan informasi serta prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang, dan jasa demi keamanan dan keselamatan.
- 2) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang/jasa.
- 3) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang telah disepakati.
- 4) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen.²²

d. Asas-asas perlindungan Konsumen

Melindungi konsumen merupakan hal yang wajib dalam melakukan kegiatan usahanya. Adapun beberapa asas perlindungan konsumen yang harus diterapkan:

- 1) Asas manfaat, dalam memberikan perlindungan terhadap konsumen, upaya tersebut harus memiliki manfaat terhadap konsumen agar konsumen merasa terlindungi. Manfaatnya tidak hanya dirasa oleh konsumen tetapi juga manfaatnya dirasa oleh pelaku usaha.
- 2) Asas keadilan, demi menjaga rasa keadilan, kewajiban sebagai konsumen maupun pelaku usaha dapat dilaksanakan secara adil.
- 3) Asas keseimbangan, memberikan keseimbangan terhadap kepentingan konsumen dan juga kepentingan terhadap pelaku usaha.
- 4) Asas keamanan dan keselamatan, rasa aman dan keselamatan merupakan salah satu yang termasuk faktor penting bagi

²²Republik Indonesia, UU RI No.8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen pasal 5.

konsumen, untuk itu para pelaku usaha harus memberikan rasa aman dan keselamatan terhadap produk yang digunakan atau yang dipakai dan jasa yang telah diberikan.

- 5) Asas kepastian hukum, asas ini bertujuan agar dapat memberikan kepastian hukum dengan konsumen sehingga terciptanya rasa keadilan dalam menyelenggarakan perlindungan kepada konsumen.²³

e. Tujuan Perlindungan Konsumen

- 1) Meningkatkan kesadaran, merupakan kemampuan serta kemandirian terhadap konsumen untuk melindungi diri mereka.
- 2) Mengangkat harkat dan martabat konsumen sehingga dengan cara ini dapat menghindarkannya dari akses yang negative dari pemakaian barang/jasa.
- 3) Meningkatkan pemberdayaan kepada konsumen dalam hal memilih, serta menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.
- 4) Menciptakan sistem terhadap perlindungan konsumen dan dimana mengandung unsur kepastian serta hukum dan keterbukaan yang dimana informasi dan akses ini agar dapat mendapatkan informasi.
- 5) Menumbuhkan kesadaran terhadap pelaku usaha mengenai tentang pentingnya perlindungan konsumen sehingga sikap yang tumbuh dan jujur serta bertanggung jawab dalam hal berusaha.
- 6) Meningkatkan kualitas barang/jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang/jasa, kenyamanan, dan keselamatan kepada konsumen.²⁴

²³Republik Indonesia, UU RI No.8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen pasal 2.

²⁴Republik Indonesia, UU RI No.8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen pasal 3.

4. Hukum Ekonomi Islam

a. Pengertian Hukum Ekonomi Islam

Hukum Ekonomi Islam merupakan aturan atau Norma yang menjadi pedoman, baik oleh perorangan ataupun badan hukum yang dalam melaksanakan kegiatan ekonominya harus bersifat privat atau bersifat public berdasarkan prinsip dalam Islam.²⁵ Hukum ekonomi yang mendasari dengan syariah, atau dilandasi pedoman dalam Al-Qur'an dan Hadist beserta ijtihad para Ulama.

b. Dasar Hukum Ekonomi Islam

Hukum ekonomi Islam sebagai ajaran-ajaran yang komprehensif yang dibangun atas dasar Kaidah Ushul Fiqih Mu'amalah, Qawa'id Fiqih dan Falsafah Hukum Islam dimana segala sesuatu yang telah dilarang oleh Al-Qur'an dan Sunnah adalah haram.

Ada beberapa dasar hukum yang menjadi landasan dan penentuan konsep ekonomi Islam. Dasar hukum Islam diantaranya ialah:

1) Al-Qur'an

Beberapa ayat dalam Al-Qur'an yang menafsirkan manusia dalam mengembangkan sistem ekonomi menurut syariat Islam. Allah berfirman dalam Q.S. Al-Jumu'ah/62:10 yang berbunyi:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ
كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Terjemahnya:

Apabila salat (Jumat) telah dilaksanakan, bertebaranlah kamu di bumi, carilah karunia Allah, dan ingatlah Allah sebanyak-banyaknya agar kamu beruntung.²⁶

²⁵Veitzhal Rivai, *Islamic Transaction Law In Business Dari Tepri Ke Praktik* (Jakarta: P.T Bumi Aksara, 2011), h.237.

²⁶Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Surabaya: Halim Publishing & Distributing), h. 554.

Ayat ini memerintahkan untuk kita mencari rezeki dari Allah yang telah Allah persiapkan kepada kita diseluruh permukaan bumi. Dengan syarat tidak melanggar kewajiban *madhadari* Allah. Demikian bekerja adalah jalan utama untuk mendapatkan rezaki sekaligus menemukan bagian dari ibadah.

2) As-sunnah

Merupakan istilah syara' adalah suatu yang datang dari Rasulullah SAW, baik berupa perkataan, perbuatan, ataupun pengakunya (taqirir).²⁷ Hadis yang diriwayatkan al-Tirmidzi, Rasulullah saw.

Bersabda:

التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ، وَالصَّدِّيقِينَ، وَالشُّهَدَاءِ

Artinya:

“Pedagang yang jujur dan terpercaya sejajar (tempatny di surga) dengan para Nabi, Shadiqin, dan Syuhada”.²⁸

Seluruh ajaran Islam yang telah terkait dengan perdagangan dan perekonomian briorientasi pada perlindungan hak-hak pelaku usaha/produsen dan konsumen. Karena Islam yang menghendaki adanya unsur keadilan, kejujuran dan transparansi yang dilandasi nilai keimanan nilai keimanan dalam praktik perdagangan dan peralihan pihak.

C. Teori Konseptual

1. Implementasi

a. Pengertian Implementasi

Implementasi merupakan salah satu tahap yang dalam proses kebijakannya di dasari oleh publik. Dan juga biasanya implementasi setelah dilaksanakan sebuah kebijakan dapat dirumuskan dengan tujuan yang sudah jelas. Implementasi ialah suatu rangkaian aktivitas dalam

²⁷ AbdulWahhab Khallaf, *Ilmu Uhl Fiqih*, (Semarang: Dina Utama Semarang, 1994) h.40.

²⁸ Ani Nursalikhah, *Republika Online*, <https://www.republika.co.id/berita/qf3jmt366/pedagang-muslim-yang-raih-derajat-tinggi>, (diakses pada 10 Februari 2022, pukul 12.36)

rangka mengadakan kebijakan terhadap masyarakat sehingga kebijakan tersebut dapat membawakan hasil yang sebagaimana yang sudah diharapkan²⁹. Dari rangkaian tersebut telah mencakup persiapan peraturan yang merupakan interpretasi yang dimana dari kebijakan tersebut telah mencakup persiapan lanjutan yang dimana intrepertasi merupakan dari kebijakan tersebut.

Negara Indonesia ialah sebagai Negara Hukum yang berdasarkan pancasila dan memberikan perlindungan hukum terhadap warga dan masyarakatnya yang telah tertera di pancasila. Oleh karena itu di dalam perlindungan hukum yang berdasarkan pancasila ialah berarti pengakuan dan perlindungan hukum akan harkat dan martabat manusia atas dasar nilai Ketuhanan Yang Maha Esa, kemanusiaan, persatuan, dan permusyawaratan serta keadilan sosial. Adapun nilai-nilai tersebut telah melahirkan pengakuan dan perlindungan hak asasi manusia dalam Negara Kesatuan yang telah menjunjung tinggi semangat bangsa dalam mencapai kesejahteraan bersama.³⁰

b. Jenis-jenis Implementasi

1) Implementasi kebijakan publik

Impelementasi yang merupakan suatu tahapan administrasi yang dilakukan setelah kebijakan atau aturan hukum ditetapkan/disetujui melalui proses politik.

2) Implementasi sistem

Impelemntasi yang merupakan suatu proses untuk menempatkan serta menempatkan informasi yang baru ke dalam operasi.

3) Implementasi strategis

²⁹Afan Gaffar, *Otonomi Daerah Dalam Negara Kesatuan* (Cet. VI: Yogyakarta: Pustaka Pelajar Kedasama, 2009), h. 295.

³⁰Husaim dan Marjan Miharja, *Penyalahgunaan wewenang terkait dengan prosedur penangkapan terhadap korban yang salah tangkap*, (qiara media) h.7.

Proses mewujudkan dan menerapkan strategi yang sudah dibuat ke dalam bentuk tindakan melalui prosedur, program, dan anggaran.

4) Implementasi kebijakan

Suatu proses dalam melaksanakan suatu kebijakan tertentu kemudian mengembangkannya dengan tujuan agar dapat menyempurnakan suatu program.

5) Implementasi keperawatan

Suatu tahapan yang dimana dilakukan oleh seorang perawat dalam membantu klien dari status kesehatan yang bermasalah menuju status kesehatan yang lebih baik lagi.

c. Implementasi kebijakan

1) Teori George C. Edward

Edward berpandangan bahwa implementasi kebijakan dipengaruhi empat variabel, yaitu:

a) Komunikasi, yaitu keberhasilan implementasi kebijakan mensyaratkan agar implementor mengetahui apa yang harus dilakukan, dimana menjadi tujuan dan sasaran kebijakan harus diransmisikan kepada kelompok sasaran (target group), sehingga akan mengurangi distorsi implementasi.

b) Sumber daya, meskipun isi kebijakan telah dikomunikasikan secara jelas dan konsisten, tetapi apabila implementor kekurangan sumberdaya untuk melaksanakan, maka implementasi tidak akan berjalan efektif. Sumber daya tersebut dapat berwujud sumber daya manusia, misalnya kompetensi implementor dan sumber daya finansial.

c) Disposisi, ialah watak dan karakteristik yang dimiliki oleh implementor, seperti komitmen, kejujuran, sifat demokratis, apabila implementor memiliki disposisi yang baik, maka

implementor tersebut dapat menjalankan kebijakan. Ketika implementor memiliki sikap atau perspektif yang berbeda dengan pembuat kebijakan, maka proses implementasi kebijakan juga menjadi tidak efektif.

- d) Struktur Birokrasi, struktur organisasi yang bertugas mengimplementasikan kebijakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap implementasi kebijakan. Aspek dari struktur organisasi adalah Standard Operating Procedure (SOP) dan fragmentasi.

Menurut pandangan Edward mengenai sumber-sumber yang penting meliputi staff yang memadai, keahlian-keahlian yang baik untuk melaksanakan tugas-tugas mereka, wewenang dan fasilitas-fasilitas yang diperlukan untuk menterjemahkan usul-usul di atas kertas guna melaksanakan pelayanan-pelayanan publik.

2) Teori Merilee S. Grindle

Keberhasilan Implementasi menurut Merilee S. Grindle ialah dipengaruhi dua variabel yang besar yakni isi kebijakan (*content of policy*) dan lingkungan Implementasi (*context of implementation*). Variabel tersebut mencakup, ialah sejauh mana kepentingan kelompok sasaran atau target group termuat dalam isi kebijakan, jenis manfaat yang diterima oleh *target group*, sejauh mana perubahan yang diinginkan dari sebuah kebijakan, apakah letak sebuah program sudah tepat, apakah sebuah kebijakan telah menyebutkan implementasinya dengan rinci, dan apakah sebuah program didukung oleh sumberdaya yang memadai.

3) Teori Daniel A. Mazmanian dan Paul A. Sabatier

Menurut Mazmanian dan Sabatier ada tiga kelompok variabel yang mempengaruhi keberhasilan implementasi, yakni karakteristik dari masalah (*tractability of the problems*), karakteristik kebijakan/undang-undang (*ability of the statute to structure implementation*) dan variabel lingkungan (*monstatutory variables affecting implementation*).

4) Teori Donald S. Van Meter dan Carl E. Van Horn

Menurut Meter dan Horn ada lima variabel yang mempengaruhi kinerja implementasi, yakni standard an sasaran kebijakan, sumber daya, komunikasi antarorganisasi dan penguatan aktivitas, karakteristik agen pelaksana dan kondisi sosial, ekonomi dan politik.

Menurut pandangan Edward III proses komunikasi kebijakan dipengaruhi tiga hal penting, yaitu:

- a) Faktor pertama yang berpengaruh terhadap komunikasi kebijakan adalah transmisi. Sebelum pejabat dapat mengimplementasikan suatu keputusan, ia harus menyadari bahwa suatu keputusan, ia harus menyadari bahwa suatu keputusan telah dibuat dan suatu perintah untuk pelaksanaannya telah dikeluarkan.
- b) Faktor kedua ialah kejelasan, jika kebijakan-kebijakan diimplementasikan sebagaimana yang diinginkan, maka petunjuk-petunjuk pelaksanaan tidak hanya harus diterima oleh para pelaksana kebijakan, tetapi juga komunikasi kebijakan tersebut harus jelas. Seringkali intruksi-intruksi yang diteruskan kepada pelaksana kabur dan tidak menetapkan kapan dan bagaimana suatu program dilaksanakan.

c) Faktor ketiga ialah konsistensi, jika implementasi kebijakan ingin berlangsung efektif, maka perintah-perintah pelaksanaan harus juga konsisten dan jelas. Walaupun perintah-perintah yang disampaikan kepada pelaksana kebijakan jelas, tetapi bila perintah tersebut bertentangan maka perintah tersebut tidak akan memudahkan para pelaksana kebijakan menjalankan tugasnya dengan baik.

1. Peraturan

Peraturan merupakan petunjuk, kaidah, dan ketentuan, yang telah dibuat untuk mengatur manusia sebagai anggota masyarakat, keberadaan dan kebiasaan, adat istiadat, serta peraturan yang berdasarkan untuk mengatur kehidupan manusia dalam bermasyarakat dan berbangsa, dan bernegara demi terciptanya kehidupan yang aman, tertib, aman, tentram seta seimbang dalam bermasyarakat.³¹

2. Perlindungan Konsumen

Menurut pasal 1 butir 1 undang-undang nomor 8 tahun 1999 mengenai perlindungan konsumen ialah perlindungan konsumen dengan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa tujuan adanya perlindungan konsumen ialah untuk menjamin adanya kepastian hukum, sehingga perlindungan konsumen tidak terlepas dari adanya hukum konsumen serta perlindungan konsumen.³²

3. Jual Beli

Merupakan suatu perjanjian saling tukar menukar benda ataupun barang yang telah mempunyai nilai secara sukarela diantara kedua belah pihak (penjual dan pembeli), dimana pihak yang satu akan memberi benda

³¹ Sri Murtono, dan Hassan Suryono, *pendidikan Kewarga Negara* (Cet:I; Jakarta: Yudhistira, 2007), h.7

³² Abdul atsar&Rani Apriani, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Cet: I Sleman : Deepublish, 2019)h.32

yakni pada pihak penjual dan yang akan menerimanya ialah pembeli, sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan oleh syara' dan yang telah disepakati oleh kedua belah pihak.³³

4. Produk

Produk dalam Kamus Besar bahasa Indonesia merupakan barang atau jasa yang dibuat dan ditambah gunanya atau nilai proses produksi sehingga menjadi hasil akhir dari proses produksi itu. Benda atau yang bersifat kebendaan seperti barang, bahan, atau bangunan yang telah merupakan hasil dari konstruksi dan hasil kerja.³⁴ Dan adapun produk menurut Kotler ialah "A product is a thing that can be offered to a market to satisfy a want or need". Merupakan suatu yang bisa ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, pembelian, pemakaian, atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan³⁵.

5. Perawatan Kecantikan

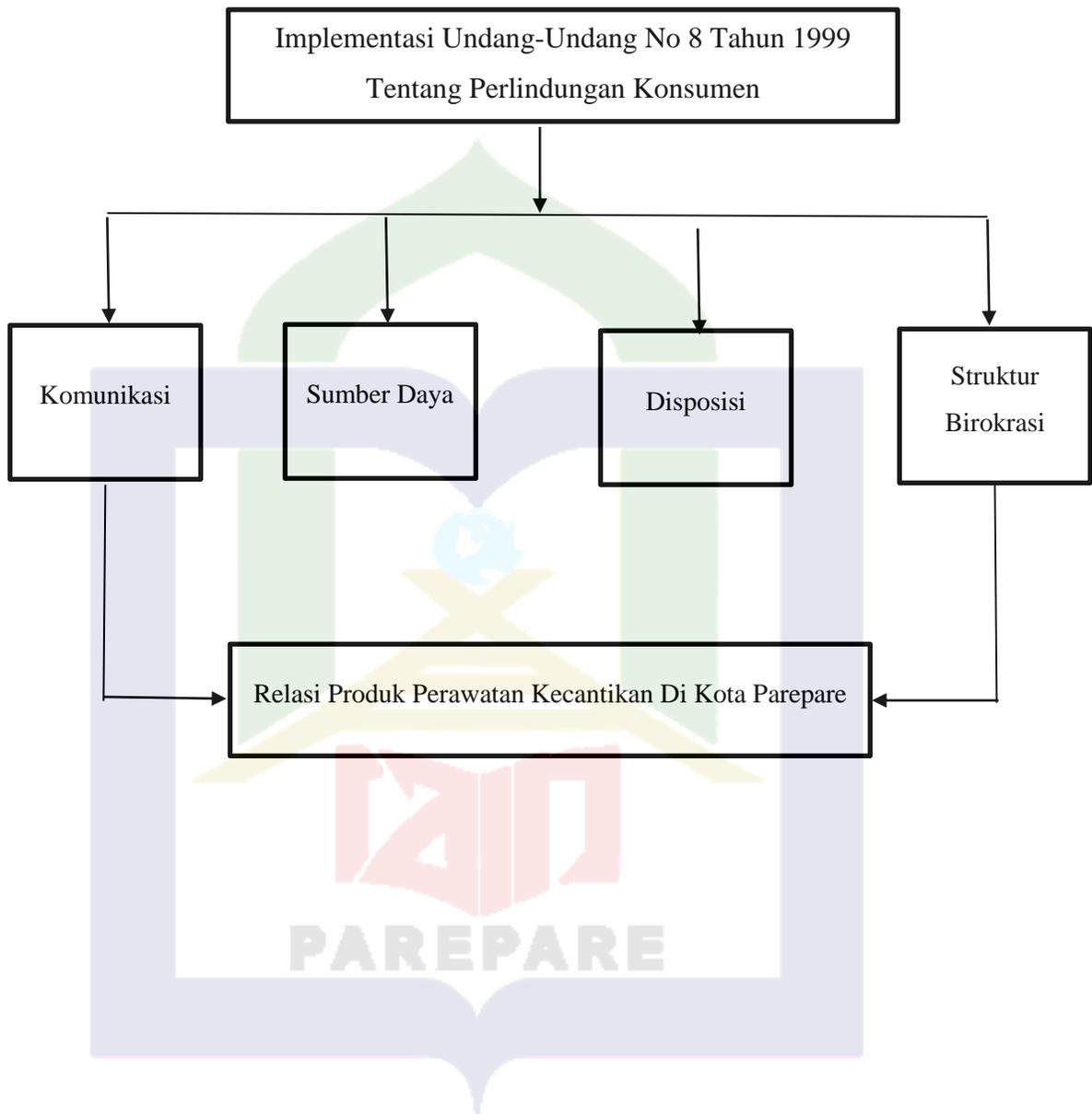
Perawatan Kecantikan merupakan, zat perawatan yang dapat digunakan untuk meningkatkan penampilan atau dapat juga meningkatkan aroma tubuh pada manusia. Perawatan kecantikan (skincare) pada umumnya merupakan campuran dari beragam senyawa kimia. Dan beberapa terbuat dari sumber-sumber yang alami.

³³ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014) h. 68.

³⁴ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008), h.1103

³⁵ Kotler, Philip & Kevin L. Keller. *Marketing Management*, (NEW Jersey: Prentice Hall, 2009), h.358

D. Kerangka Pikir



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode Yuridis Normatif, pendekatan Yuridis yaitu penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder sebagai bahan dasar untuk diteliti dengan cara mengadakan penelusuran terhadap peraturan-peraturan dan literature-literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti³⁶.

Pendekatan Normatif merupakan studi Islam yang menggunakan pendekatan legal formal atau normative. Dalam hal ini yang dimaksud dengan legal formal adalah hal-hal yang terkait dengan halal haram, salah benar, berpahala dan berdosa, boleh dan tidak boleh, dan lain sebagainya dan yang dimaksud dengan normatif adalah semua ajaran yang terkandung dalam *Nash*.³⁷

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan (*field research*) adalah penelitian yang dilakukan dalam kehidupan sebenarnya. Penelitian lapangan pada hakekatnya merupakan metode untuk menemukan secara khusus dan realitas apa yang telah terjadi di masyarakat.³⁸

Penelitian lapangan ini merupakan metode untuk menemukan realita yang terjadi di kota Parepare khususnya yang banyak dialami oleh kalangan kaum wanita mengenai penjualan perawatan kecantikan di kota Parepare.

³⁶ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *penelitian Hukum Normatif* (suatu Tinjauan Singkat), (Jakarta: Rajawali Pers, 2001), h. 13-14.

³⁷ Khairun Nasution, *Pengantar Studi Islam*, (Yogyakarta: ACAdEMIA dan TAZZAFa, 2009), h.153

³⁸ Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, (Bandung: Mndar Maju.1996), h.32

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Adapun lokasi penelitian yang dilakukan di Kota Parepare, Kecamatan Bacukiki Barat. Alasan penelitian ini dilakukan di lokasi tersebut karena lokasinya mudah dijangkau. Adapun waktu penelitian yang digunakan peneliti, yaitu kurang lebih 2 bulan lamanya disesuaikan dengan kebutuhan penelitian.

C. Gambaran Umum Kota Parepare

1. Kondisi geografis

Kota Parepare terletak disebuah teluk yang menghadap ke selat Makassar. Di bagian utara berbatasan dengan Kabupaten Pinrang. Di sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Sidenreng Rappang dan di bagian selatan dengan Kabupaten Barru. Meskipun terletak di tepi laut tetapi sebagian besar wilayahnya berbukit-bukit. Titik kordinat $4^{\circ}01'000''S$ $119^{\circ}37'25''E$ luas wilayah kota Parepare $99,33 \text{ km}^2$ dan berpenduduk sebanyak ± 140.000 jiwa. Memiliki empat kecamatan yaitu kecamatan bacukiki, kecamatan bacukiki barat, kecamatan soreang dan kecamatan ujung, serta jumlah kelurahan sebanyak dua puluh dua, seperti jumlah kelurahan yang berada di kecamatan Bacukiki yaitu ada empat kelurahan galung maloang, kelurahan lompoe, lumpue, dan wattang bacukiki. Kecamatan bacukiki barat yaitu kelurahan cappa galung, sumpang minangae, bumi harapan, kampong baru, dan tiro sompe. Kecamatan soreang sebanyak tujuh yaitu kelurahan bukit harapan, bukit indah, kampung pisang, lakessi, ujung baru, ujung lare, dan kelurahan wattang soreang. Kecamatan ujung sebanyak lima kelurahan yaitu kelurahan labukkang, mallusetasi, lapadde, ujung bulu, dan ujung sabbang.

Salah satu toko terkenal yang lahir di kota ini adalah B.J. Habibie, presiden ke-3 Indonesia. Berdasarkan catatan stasiun klimatologi, rata-rata temperature Kota Parepare sekitar $28,5^{\circ}\text{C}$ dengan suhu minimum $25,6^{\circ}\text{C}$ dan suhu maksimum $31,5^{\circ}\text{C}$. Kota Parepare beriklim tropis dengan dua musim,

yaitu musim kemarau pada bulan Maret sampai bulan September dan musim hujan pada bulan Oktober sampai bulan Februari.

Adapun yang dihasilkan dari pertanian yang berada di daerah Parepare berupa biji kacang mete, biji kakao, dan palawija lainnya serta padi. Wilayah pertanian yang berada di Parepare tergolong sempit, karena lahannya sebagian besar berupa bebatuan bukit cadas yang banyak dan mudah tumbuh rerumputan. Daerah ini sebenarnya sangat cocok untuk peternakan. Banyak penduduk di daerah perbukitan beternak ayam potong dan ayam petelur, padang rumput juga dimanfaatkan penduduk setempat untuk menggembala kambing dan sapi. Sedangkan penduduk di sepanjang pantai banyak yang berprofesi sebagai Nelayan (penangkap ikan). Ikan yang dihasilkanpun dari menangkap ikan atau memancing masih sangat verlimpah dan segar. Biasanya selain dilelang di Tempat Pelelangan Ikan (TPI), para nelayan menjualnya ikan-ikan yang masih segar di pasar malam atau yang lebih dikenal dengan “pasar senggol” yang menjual aneka macam buah-buahan, ikan, sayuran, pakaian sampai pernak-pernik aksesoris.

Kota Parepare kota pelabuhan. Kapal-kapal singgah di pusat kota. Terdapat tiga pelabuhan kota yakni pelabuhan induk nusantara, cappa ujung, dan lontangge. Masyarakat Parepare majemuk dari berbagai suku etnis dengan dominasi suku Bugis, Mandar, Makassar, serta Toraja, selebihnya etnis Chines dan Jawa. Meskipun dari beragam suku namun dalam kehidupan sehari-hari Masyarakat terkenal dengan rasa gotong royong dan kekerabatan yang bisa dikatakan cukup tinggi. Objek wisata yang ada di Kota Parepare diantaranya:

a. Waterboom

Objek wisata Waterboom Parepare kini telah menjelma menjadi primadona bagi warga di kawasan Ajattappareng untuk mengisi liburan akhir pekan maupun liburan sekolah bagi pelajar. Di setiap akhir pekan, puluhan bus maupun mobil pribadi dari berbagai daerah disekitar

kotaParepare yang berjejeran di sekitar waterboom. Fasilitas-fasilitas tersebut antara lain ketersediaan puluhan gazebo-gasebo tempat pengunjung duduk bersantai bersama keluarganya sambil menikmati waterboom.

b. Pantai Mattirotasi

Pantai yang terletak di Jalan Mattirotasi memiliki pemandangan lepas ke arah Teluk Parepare. Pantai ini memiliki beberapa gazebo, bangku taman, lintas jogging, batu-bate andesit berukuran besar penahan abrasi dan lapangan yang dimanfaatkan warga untuk berolahraga. Pantai Mattirotasi sangat ramai dikunjungi warga Parepare pada hari Minggu untuk berolahraga dan bersantai.

c. Kebun Raya Jompie

Kebun raya jompie merupakan hutan yang berada di kota parepare yang sampai sekarang dijadikan tempat pariwisata. Kebun raya jompie dibangun sejak tahun 1920. Dan menyimpan banyak keanekaragaman hayati serta menjadi objhek wisata dan pusat penelitian tumbuhan tropis, terutama tanaman endemik sulawesi. Jarak dari pusat kota Parepare yakni sekitar 3,5 km. Kebun raya jompie juga dapat dikatakan strategis karena mudah dijangkau, baik dengan kendaraan pribadi maupun kendaraan umum. Dan masih banyak objek wisata lainnya seperti: River Ladoma Bacukiki, Pantai Mattirotasi, Terumbu karang Tonrangeng, Sumur jodoh Soreang, Goa tompangen, Desa wisata Wattang Bacukiki, Salo Karajae, Museum Gandaria³⁹.

Waktu penelitian ini penulis, melaksanakan sejak diterimanya proposal penelitian ini diterima sebagai salah satu objek kajian skripsi sampai kurang lebih selama 14 hari (sempat belas hari).

³⁹http://www.wikiwand.com/id/Kota_Parepare(25 oktober 2019)

D. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini sangat perlu dikemukakan oleh peneliti agar tercapainya relevansi yang jelas antara objek kajian dan data yang diperoleh. Sehingga penelitian ini berfokus pada Perlindungan Konsumen terhadap jual beli perawatan kecantikan yang ada di Kota Parepare.

E. Jenis Dan Sumber Data

Sumber data Penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Dalam penulisan ini, sumber data yang digunakan adalah:

a. Data Primer

sumber data primer adalah sumber data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya. Pengumpulan data tersebut dilakukan khusus untuk mengatasi riset yang sedang diteliti.⁴⁰Data ini harus dicari melalui narasumber atau dalam istilah teknisnya responden, yaitu orang yang dijadikan objek penelitian atau orang yang dijadikan sarana mendapatkan informasi ataupun data. Dalam hal ini data primer yang diperoleh langsung dari tempat penelitian yakni di Kota Parepare tepatnya di Bacukiki Barat. Sumber data primernya adalah kaum wanita yang menjadi konsumen penggunaan perawatan kecantikan.

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang sudah tersedia sehingga tinggal mencari dan mengumpulkan, data sekunder dapat diperoleh dengan lebih muda dan cepat karena tersedia perpustakaan, perusahaan-perusahaan, organisasi perdagangan.⁴¹Sumber data sekunder yang bersumber dari bahan-bahan bacaan yang digunakan peneliti adalah buku-buku yang ada relevansi dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian.

⁴⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT.Rineka Cipta, 2006), h.129.

⁴¹ RonyKountor, *Metode Penelitian*, (Jakarta: BumiAksara, 2005), h.178

F. Teknik Pengumpulan Dan Pengelolaan Data

Pengumpulan data merupakan salah satu tahapan penting dalam kegiatan penelitian dan dilakukan setelah peneliti selesai membuat desain penelitian sesuai dengan masalah yang akan diteliti⁴². Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam mencapai suatu tujuan penelitian.

Beberapa tehnik yang peneliti gunakan untuk mendapatkan data dalam penelitian antara lain:

a) Observasi (pengamatan)

Observasi merupakan suatu proses melihat, mengamati, memperhatikan, serta merekam perilaku secara sistematis untuk tujuan tertentu.⁴³ Pertama, penulis mengamati dan memahami kondisi yang ada di di Kota Parepare. Kedua, penulis menggunakan teknik observasi partisipatif dimana peneliti mengamati langsung perilaku penjual dan pembeli kemudian mencatat data yang diperlukan dalam penelitian ini teknik ini dilakukan untuk meniadakan keragu-raguan peneliti pada data yang dikumpulkan karena diamati berdasarkan kondisi nyata yang terjadi di lapangan.

b) Dokumentasi

Dokumentasi adalah sumber data yang digunakan untuk melengkapi penelitian, baik berupa sumber tertulis, film, gambar (foto), dan karya-karya monumental, yang semuanya itu memberikan informasi bagi proses penelitian.⁴⁴ Dalam hal ini, peneliti juga

⁴²Jonatan Sarwono. *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS 1*, (Jakarta: Andi Publisher, 2009) h. 17

⁴³ Haris Herdiannyah, *Wawancara, Observasi, Dan Focus Groups sebagai Instrument Penggalan Data Kualitatif* (Cet I, Jakarta: Rajawali Pers. 2013) h. 131.

⁴⁴ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik*, (cet IV, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2016), h. 178.

mengumpulkan dokumen-dokumen yang terkait dengan permasalahan pada penelitian ini.

c) Wawancara

Wawancara adalah bentuk komunikasi langsung antara peneliti dan responden. Komunikasi berlangsung dalam bentuk tanya jawab dalam hubungan tatap muka, sehingga gerak dan mimik responden merupakan pola media yang melengkapi kata-kata secara verbal. Adapun wawancara dapat dilihat dari bentuk pertanyaan yang dibagi dalam 3 bentuk yaitu:

- 1) Wawancara berstruktur (pertanyaan-pertanyaan yang mengarahkan pada jawaban dalam pola pertanyaan yang dikemukakan).
- 2) Wawancara tak berstruktur (pertanyaan-pertanyaan yang dapat dijawab secara bebas oleh responden tanpa terikat pada pola-pola tertentu)
- 3) Campuran (campuran antara wawancara struktur dan tidak berstruktur).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara yang bertujuan untuk menyiapkan garis besar pada hal-hal yang akan ditanyakan terkait dengan persepsi masyarakat tentang (Implementasi Peraturan Perlindungan Konsumen Terhadap Jual Beli Produk Kecantikan di Kota Parepare)

G. Uji Keabsahan Data

Agar data dalam penelitian kualitatif ini dapat dipertanggung jawabkan sebagai penelitian ilmiah perlu dilakukan ujian keabsahan data. Adapun uji keabsahan data yang dimaksud adalah untuk menjawab keraguan. Keabsahan data dalam penelitian kualitatif terdiri dari pengujian kredibilitas data; yaitu pengujian kepercayaan data salah satunya dengan *triangulasi* merupakan bentuk validasi silang. *Triangulasi* menghasilkan pemindaan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu, *uji transferability*, menentukan seberapa jelas, rinci dan sistematis laporan penelitian dapat dipahami oleh pembaca yang lain, *uji dependability*; menguji keandalan peneliti kepada orang lain dinilai dari integritas, kejujuran, dan kepercayaan pada peneliti, dan pengujian *confirmability*, dilakukan dengan cara menganalisis apakah penelitian disepakati banyak orang atau tidak. Penelitian dikatakan obyektif jika disepakati banyak orang.⁴⁵

H. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif ini, analisis data dapat dilaksanakan sebelum peneliti terjun langsung ke lapangan, sampai dengan pelaporan hasil penelitian ini. Analisis data dimulai sejak peneliti menentukan fokus penelitian sampai dengan pembuatan laporan penelitian selesai. Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lainnya, sehingga dapat dipahami dengan mudah, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dapat dilakukan dengan mengorganisasikan data, dan menjabarkannya ke dalam unit-unit melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, dan memilih yang mana yang penting dan yang akan di pelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diveritikan kepada orang lain.⁴⁶

⁴⁵A Fuad KS Nugroho, *Panduan Praktis Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta; Graha ilmu, 2014), h.101.

⁴⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 224

Pada penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan peneliti menggunakan model Miles and Huberman, bahwa ada tiga alur kegiatan, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan atau verifikasi.

a) Reduksi Data

Sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan lapangan, reduksi dilakukan sejak pengumpulan data, dimulai dengan membuat suatu ringkasan, mengkode, menelusuri tema, menulis memo, dan lain sebagainya, dengan maksud menyisihkan data atau informasi yang tidak relevan, kemudian data tersebut diverifikasi.

b) Penyajian Data

Pendeskripsian sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data kualitatif disajikan dalam bentuk teks naratif dengan tujuan yang dirancang guna untuk menggabungkan informasi yang tersusun dalam bentuk yang padu dan yang mudah untuk dipahami.

c) Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi

Merupakan kegiatan yang di akhir penelitian kualitatif. Peneliti harus sampai pada kesimpulan dan melakukan verifikasi, baik dari segi makna maupun kebenaran, kesimpulan, yang disepakati oleh tempat penelitian itu dilaksanakan. Makna yang diluruskan peneliti dari data harus diuji kebenaran, kecocokan, dan kekokohnya. Peneliti harus menyadari bahwa dalam mencari makna, ia harus menggunakan pendekatan emik, yang merupakan dari kacamata key information, dan bukan penafsiran makna menurut pandangan peneliti (pandangan etik).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Implementasi peraturan penjualan produk perawatan kecantikan di Kota Parepare.

Kecantikan merupakan sesuatu yang sangat didambakan oleh setiap wanita. Dimana wanita Indonesia terkenal memiliki kecantikan yang khas dan berbeda dengan wanita-wanita dari negara lain. Hal ini dapat diketahui dengan adanya resep-resep perawatan kecantikan dari bahan alami yang telah menjadi turun temurun dari generasi ke generasi dan seiring perkembangan zaman resep kecantikan tersebut telah tergantikan oleh produk kecantikan atau yang lebih dikenal dengan skincare.

Munculnya berbagai jenis merk produk kecantikan menunjukkan bahwa tingginya minat konsumen terhadap produk kecantikan tersebut, sebab memberikan hasil yang memuaskan bagi penggunanya. Namun ada beberapa produsen yang lebih mementingkan keuntungan dan tidak memperhatikan resiko atau efek samping dari produk yang telah mereka buat yang tentunya dapat merugikan pihak konsumen. Kondisi ini tentunya memberikan peningkatan upaya untuk melindungi konsumen agar mendapatkan haknya.

Seperti yang telah dijelaskan dalam Undang-undang perlindungan konsumen nomor 8 tahun 1999 dalam pasal 4 mengenai hak-hak konsumen. Meskipun undang-undang ini telah diterbitkan tetapi dalam penerapan serta pelaksanaannya aturan ini masih belum berjalan dengan maksimal. Sebagaimana yang telah disampaikan oleh Ibu Jayanti selaku penjual produk perawatan kecantikan (skincare) dalam hasil wawancara beliau mengatakan bahwa:

“pertamanya itu bikinka ini produk untuk saya toji sendiri, tapi karna itu tetangga-tetangga ku banyak bertanya, bilang apa kupake jadi bilangma ini ada bedak bikinan ku sendiri, nah dari situmi banyak tertarik liat mukaku yang glowing jadi mulaimka buat sedikit-demi sedikit sesuai pesanannya orang-orang. Terus dari situmi mulai banyak yang pesan bedakku dan kalau masalah

BPOM nya menurutku selama masih aman-aman ji yah jangan mi dulu di urus,kah tidak ada uang di pake mengurus”⁴⁷

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa produk yang mereka jual tidak sesuai dengan aturan yang telah ada dalam Undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen pasal 4 mengenai hak-hak konsumen dimana hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang atau jasa tidak terpenuhi karena bahan dasar dari penjualan produk perawatan kecantikan yang tentunya tidak aman bagi kesehatan. Pernyataan tersebut kemudian diperjelas juga oleh Ibu Lulu yang juga selaku penjual produk perawatan kecantikan, ia mengatakan bahwa:

“pertamaku menjual karna mau kubantu ekonominya keluarga karna suamikui yang cari uang masa saya tidak, nah ini jualan skincare ku pertamanya sayaji sama anak cewekku yang pake, tapi banyak amparangi (menegur) mukanya anakku kah naliat putih bersih jadi ini anakku natanyami bilang bedaknya mamaku ku kuapake anu nabikin sendiri. Jadi dari situmi ada beberapa temannya anakku ma pesan jadi saya buat mi dengan harga yang standar saja dan Alhamdulillah berjalan 2 tahunmi ini usaha bedakku”⁴⁸

Selain itu, produsen juga tidak mengetahui dan paham tentang peraturan perundang-undangan yang berlaku. Namun, kendati kendati demikian ada juga produsen yang tetap bertanggung jawab apabila adanya keluhan atau ketidakcocokan yang disampaikan oleh konsumen. Seperti yang dikatakan oleh Ibu Jusmi dalam hasil wawancara yang telah dilakukan.

“selama ka jual ini racikan ku, baru 2 orang yang protes sama saya karena tidak cocok na bilang, kalau dibilang paham ka aturan tidak ada ku tau apa-apa kalau soal peraturan, tapi ini yang protes kemarin ku kasih ji ganti rugi dari yang ku jualkan Rp. 150.000 ku kasih kembalikan jadi Rp. 250.000 sebagai bentuk tanggungjawab ku”.

⁴⁷Jayanti warga parepare (penjual kosmetik), kota parepare, kel.bumi harapan, kec.ujung, wawancara di kota Parepare 13 juli 2022

⁴⁸Lulu Safira Rahmadahni, warga parepare (penjual kosmetik), kota parepare, kel.sumpang minangae, kec.bacukiki barat, wawancara di kota Parepare 15 juli 2022.

Selain produsen, masyarakat kota Parepare khususnya kaum wanita rata-rata juga tidak paham mengenai peraturan yang ada. Sebagian dari mereka lebih berfokus ke hasilnya saja yang terbilang cepattanpa memperhatikan produk tersebut aman atau tidak.

Hal ini diperkuat dengan hasil dari wawancara dengan seorang konsumen yang bernama Citra yang merupakan pengguna skincare juga. Dalam hasil wawancara ia mengatakan bahwa:

“pertama ka pake skincare masih normal-normal ji muka ku, pas masuk pemakaian ke dua mulai ma tidak cocok muncul mi jerawat ku besar baru bernanah dibagian dagu ku, terus ku Tanya sama penjualnya na bilang proses detox itu, tapi karena tidak mau ma juga ambil pusing sama penjualnya dan memang tidak paham ka apa-apa sekalian berhenti ka pakai itu skincare terus cari ka lagi produk lain yang menurut cocok”.⁴⁹

Dari hasil wawancara dengan saudari Citra dapat diketahui bahwa ia lebih berfokus pada produk yang menjajikan hasil maksimal dan apabila timbul masalah dari efek penggunaan produk perawatan kecantikan tersebut, tanpa menuntut sang penjual atau produsen justru ia lebih memilih produk lain yang menurut mereka lebih cocok tanpa memperhatikan apakah bahan-bahan yang digunakan aman atau tidak. Ini berarti bahwa konsumen lebih cenderung memilih produk yang memberikan hasil yang cepat dan bagus tanpa memperhatikan efek samping dari produk yang akan dibelinya.

Tak hanya hasil dari produk perawatan ini yang diberikan cukup cepat dan instan, konsumen juga tertarik dengan harga yang ditawarkan dimana harga ditawarkan relative cukup murah. Biasanya produk ini lebih dilirik oleh kaum pelajar atau mahasiswa karena sesuai dengan budget mereka. Kemudian pernyataan tersebut juga diperkuat lagi oleh saudari Nurjannah, dalam hasil wawancara, ia berkata bahwa:

⁴⁹Citra, warga parepare (pengguna kosmetik/konsumen), kota parepare,kec.ujung, kel.ujung bulu, wawancara di kota parepare 14 juli 2022.

“awalku itu tertarik pake skincare, karena kulihat mukanya teman-temanku yang glowing semua baru bersih juga karena pake itu skincare.baru itu, karena harganya juga yang relative murah dan hasil yang didapatkan pas dipake cukup memuaskan jadi disitumi makin tertarik pake ini skincare”.⁵⁰

Berdasarkan hasil wawancara dengan saudari Nurjannah ia tidak terlalu peduli dan memperhatikan efek samping yang bisa ditimbulkan dari produk skincare yang ia beli tersebut, ini berarti bahwa kesadaran dan kemampuan konsumen untuk melindungi diri mereka dari hal-hal negatif suatu produk masih sangat kurang.

Dari kejadian diatas hak-hak konsumen perlu diketahui oleh banyak masyarakat luaskhususnya yang sebagai pengguna produk perawatan kecantikan untuk menjamin kepastian hukum dan segala upaya terhadap konsumen itu sendiri apabila mereka dirugikan oleh suatu barang atau jasa yang mereka gunakan. Selain itu, mereka juga harus mengetahui kewajibannya sebagai seorang konsumen. Yakni sebelum membeli suatu produk konsumen wajib memeriksa serta meneliti terlebih dahulu kualitas produk tersebut sehingga konsumen dapat terhindar dari kerugian dan dampak buruk dari produk yang di gunakan tersebut.

Apabila konsumen merasa dirugikan oleh pelaku usaha maka konsumen berhak untuk mendapatkan kompensasi maupun ganti rugi atas kerugian yang telah didapatkan dalam sebuah transaksi jual beli yang dilakukan. Dan apabila adanya tidak kecocokan dalam gambar ataupun kualitas produk konsumen berhak melakukan sebuah tuntutan kepada produsen.

Dan produsen wajib untuk mendengarkan keluhan yang disampaikan oleh konsumen, selain itu juga produsen tidak boleh atau dilarang melakukan

⁵⁰Nurjannah, warga Parepare (pengguna kosmetik/konsumen),kota parepare,kec.bacukiki barat, kel.bumi harapan, wawancara di kota parepare 14 juli 2022.

tindakan diskriminasi terhadap konsumen sebab, tindakan tersebut merupakan perbuatan yang melanggar aturan bagi hukum perlindungan konsumen.

Untuk menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Perlindungan terhadap konsumen diberlakukan ketika barang atau jasa tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati atau melanggar ketentuan undang-undang sehingga terjadi kerugian karena mengkonsumsi produk yang tidak sesuai.

1. Asas-asas perlindungan konsumen

a. Asas manfaat

Dalam memberikan perlindungan terhadap konsumen, upaya tersebut harus memiliki manfaat terhadap konsumen agar konsumen merasa terlindungi. Manfaatnya tidak hanya dirasa oleh konsumen tetapi juga manfaatnya dirasa oleh pelaku usaha.

b. Asas keadilan

Demi menjaga rasa keadilan, kewajiban sebagai konsumen maupun pelaku usaha dapat dilaksanakan secara adil.

c. Asas keseimbangan, memberikan keseimbangan terhadap kepentingan konsumen dan juga kepentingan terhadap pelaku usaha. Asas keseimbangan merupakan keseimbangan antara hak dan kewajiban kepada semua produsen dan konsumen dengan berdasarkan kepada peraturan hukum perlindungan konsumen.

d. Asas keamanan dan keselamatan, rasa aman dan keselamatan merupakan salah satu yang termasuk faktor penting bagi konsumen, untuk itu para pelaku usaha harus memberikan rasa aman dan keselamatan terhadap produk yang digunakan atau yang dipakai dan jasa yang telah diberikan.

Asas keamanan dan keselamatan dimana asas ini merupakan sebuah jaminan hukum bahwa konsumen akan memperoleh atau mendapatkan manfaat dari produk yang dikonsumsi atau produk

yang digunakan dan begitu pula sebaliknya bahwa konsumen tidak akan mengganggu atau mengancam keselamatan jiwa maupun harta benda dari produk tersebut dalam hal ini ialah konsumen.

e. Asas kepastian hukum

Asas ini bertujuan agar dapat memberikan kepastian hukum dengan konsumen sehingga terciptanya rasa keadilan dalam menyelenggarakan perlindungan kepada konsumen⁵¹.

Asas kepastian hukum, merupakan asas dimana pemberian hukum bagi para produsen maupun konsumen dalam mematuhi serta menjalankan peraturan hukum dengan apa yang akan menjadi hak dan kewajibannya. Hal tersebut dilakukan dengan tanpa memberikan beban tanggung jawab kepada salah satu pihak sekaligus Negara yang menjamin kepastian hukum.

2. Tujuan perlindungan konsumen

Sebagaimana yang sudah dijelaskan bahwa perlindungan konsumen diperuntukkan khusus untuk pemberian kepastian, keamanan, serta keseimbangan hukum antara pihak konsumen dan produsen.

Adapun tujuan dibuatnya Peraturan Perlindungan Konsumen dalam pasal 3 Undang-Undang Peraturan Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 yang dijelaskan sebagai berikut:

- a. Dengan adanya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 mengenai Peraturan Perlindungan Konsumen ini diharapkan agar dapat mampu meningkatkan kesadaran, merupakan kemampuan konsumen untuk lebih teliti dan berhati-hati dalam memilih suatu produk atau jasa yang akan dibeli serta kemandirian terhadap konsumen untuk melindungi diri mereka.

⁵¹Republik Indonesia, UU RI No.8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen pasal 2

- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen sehingga dengan cara ini dapat menghindarkannya dari akses yang negative dari pemakaian barang/jasa.

Dengan adanya peraturan ini diharapkan mampu menghindari konsumen dari efek buruk atau dampak negative yang ditimbulkan dari penggunaan suatu produk yang digunakan oleh konsumen.

- c. Peraturan Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini diharapkan mampu lebih meningkatkan pemberdayaan dan keterampilan kepada konsumen dalam hal memilih suatu produk agar lebih teliti sebelum membeli atau menggunakan, serta konsumen dapat mengetahui hak-hak yang dapat diperoleh sebagai seorang konsumen .
- d. Menciptakan sistem terhadap perlindungan konsumen dan dimana mengandung unsur kepastian serta hukum dan keterbukaan yang dimana informasi dan akses ini agar dapat mendapatkan informasi. Konsumen berhak untuk mendapatkan dan memperoleh informasi mengenai barang atau jasa yang akan dibeli atau digunakan dari pihak produsen. Adapun produsen berkewajiban untuk menyampaikan dan memberikan informasi yang sebenar-benarnya tanpa menutupi kekurangan atau cacat pada produk atau jasa yang mereka tawarkan kepada konsumen.
- e. Menumbuhkan kesadaran terhadap pelaku usaha mengenai tentang pentingnya perlindungan konsumen sehingga sikap yang tumbuh dan jujur serta bertanggung jawab dalam hal berusaha.
- f. Meningkatkan kualitas barang/jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang/jasa, kenyamanan, dan keselamatan kepada

konsumen.⁵² Dengan adanya Peraturan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen ini, diharapkan agar produsen dapat lebih meningkatkan kualitas produk merek, meminimalisir dampak buruk yang akan ditimbulkan dari produk tersebut dengan menggunakan bahan-bahan yang tentunya aman bagi kesehatan. Hal ini tentunya akan berpengaruh pada kelangsungan usaha produksi mereka serta dapat terhindar dari tindakan pelanggaran peraturan dan hukum.

3. Hak-hak konsumen

Hak sebagai konsumen diatur dalam Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 yang berlandaskan pada Undang-Undang 1945 pasal 5 ayat (!), pasal 21 ayat (!), serta pasal 33 sebagaimana telah dijelaskan sebagai berikut:

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang/jasa.

Konsumen berhak mendapatkan kenyamanan, keamanan dalam mengonsumsi suatu produk yang telah mereka beli. Selain itu, konsumen juga berhak untuk mendapatkan perlindungan dari suatu produk yang berbahaya atau efek buruk yang bisa saja didapatkan dari produk yang mereka konsumsi.

- b. Hak untuk memilih dan mendapatkan barang/jasa sesuai dengan nilai dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.

Konsumen memiliki hak penuh dalam memilih suatu produk yang nantinya akan mereka gunakan atau konsumsi. Tidak ada yang berhak untuk mengatur termasuk produsen yang bersangkutan, termasuk juga hak dalam memilih suatu barang produk yang hendak dibeli.

⁵²Republik Indonesia, UU RI No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen pasal 3

- c. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang/jasa.

Hak yang paling utama bagi para konsumen adalah untuk mengetahui informasi apa saja yang sudah terkat tentang produk yang akan dibelinya. Selain itu, produsen juga dilarang dan tidak boleh menutupi bahkan mengurangi informasi yang terkait tentang suatu produk atau harga produk tersebut. Sebagai contoh, apabila suatu produk memiliki suatu kekurangan atau terdapat adanya cacat pada produk tersebut maka produsen berkewajiba untuk memberikan informasi kepada konsumen yang akan membeli produk tersebut.

- d. Hak untuk mendengar pendapat keluhan atas barang/jasa yang digunakan.

Salah satu hak dari konsumen adalah memberikan pendapat atau keluhan kepada produsen mengenai suatu produk yang mereka beli dan gunakan. Sebagai contoh, dalam kegiatan transaksi secara online, apabila terdapat layanan gratis ongkir pengiriman barang atau yang sekarang lebih dikenal dengan sebutan ongkir, maka penerapannya juga harus demikian pula. Namun, apabila tidak sesuai dengan yang telah disepakati, maka konsumen berhak untuk menuntut hak tersebut dan produsen wajib untuk mendengarnya.

- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Karena posisi konsumen merupakan posisi yang rentan, maka konsumen juga berhak untuk mendapatkan suatu perlindungan. Selain itu, konsumen juga harus dibantu dalam upaya penyelesaian masalah apabila timbul konflik dalam kegiatan transaksi jual beli yang telah dilakukan.

- f. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen.

Konsumen juga berhak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, kemampuan serta kemandirian pada konsumen untuk melindung diri mereka dari hal-hal yang tidak diinginkan yang bisa saja terjadi.

- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.

Perilaku diskriminatif yang dilakukan terhadap konsumen merupakan salah satu bentuk pelanggaran atas hak konsumen. Pelayanan yang diberikan oleh produsen tidak boleh menunjukkan perbedaan antara konsumen yang satu dengan yang lainnya.

- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, atau penggantian, jika barang/jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Konsumen berhak untuk mendapatkan kompensasi maupun ganti rugi atas kerugian yang didapatkan dalam sebuah transaksi jual beli yang telah dilakukan, apabila tidak adanya kecocokan dalam gambar maupun kualitas produknya maka konsumen berhak untuk melakukan tuntutan kepada [rodusen.

- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya⁵³

Hak konsumen sebenarnya sangat banyak sekali bahkan bisa saja terus bertambah dengan adanya ketentuan dan kebijakan-kebijakan. Tentu ini dapat membuka peluang bagi pemerintah untuk menjamin pemenuhan hak konsumen yang tidak dapat diatur pada ketentuan sebelumnya.

⁵³Republik Indonesia, UU RI No.8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen pasal 4

4. Kewajiban Konsumen

Hak tentunya tidak dapat dipisahkan dengan kewajiban. Adapun kewajiban konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen antara lain:

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk dan informasi serta prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang, dan jasa demi keamanan dan keselamatan.

Salah satu kewajiban konsumen adalah sebelum membeli suatu barang atau produk, konsumen wajib terlebih dahulu membaca dan mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian suatu produk. Tidak dapat kita pungkiri bahwa seringkali terjadi konsumen tidak memperoleh manfaat atau hasil yang maksimal bahkan justru dirugikan dari produk yang dikonsumsi atau digunakan. Namun, setelah diselidiki ternyata kerugian tersebut terjadi karena konsumen yang tidak mengikuti aturan petunjuk pemakaian yang telah disediakan oleh produsen.

- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang/jasa.
Tidak jarang pula konsumen tidak beritikad baik, baik dalam kegiatan transaksi jual beli atau mengkonsumsi suatu produk. Hal ini tentu saja akan merugikan khalayak umum bahkan secara tidak langsung seorang konsumen telah merampas hak milik orang lain.
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang telah disepakati.
Ketentuan ini tentunya sudah sangat jelas, konsumen harus membayar sesuai dengan yang telah disepakati sebelumnya. Dengan kata lain, ada uang ada barang.
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen.⁵⁴

⁵⁴Republik Indonesia, UU RI No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen pasal 5

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, ini diartikan bahwa sebagai produsen dan konsumen agar tidak berat sebelah. Maksudnya diantara salah satu pihak tidak ada yang merasa dimanfaatkan atau dari salah satunya ada yang merasa dirugikan dan tentunya sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

B. Tinjauan Hukum Ekonomi Islam mengenai penjualan produk perawatan kecantikan di kota Parepare.

Hukum ekonomi Islam adalah hukum yang mengatur segala aspek kegiatan ekonomi yang dilandasi oleh nilai-nilai Islamiah yang tercantum dalam al-Qur'an, hadist dan ijhtihad para ulama.⁵⁵ Dari pengertian tersebut sudah sangat jelas bahwa segala aspek kegiatan muamalah diatur dalam Al-qur'an dan Hadist.

- a. Jual beli telah disahkan oleh Al-qur'an, Sunnah, dan ijmak adapun dalil Al-Qur'an pada Q.S. Al-Baqarah: 198

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Terjemahnya:

Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya.⁵⁶

⁵⁵ R. Abdul Djalani, *Hukum Islam Berdasarkan Ketentuan Kurikulum Konsorsium Ilmu Hukum*, (Bandung: CV. Mabdar Maju, 1997), h. 165

⁵⁶ Kementrian RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Surabaya: Halim Publishing & Distributing), h. 47.

Q.S. An-Nisa/4:29

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

Terjemahnya:

Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.⁵⁷

b. Sunnah

Dalam hadist juga disebutkan tentang diperbolehkan jual beli, sebagaimana hadist Rasulullah Saw. Bersabda “dari Rifa’ah bin Rafi’ra (katanya): sesungguhnya Nabi Muhammad saw, pernah ditanyai, manakah usaha yang paling baik? Beliau menjawab: ialah amal usaha seseorang dengan tangannya sendiri dan semua jual beli yang bersih”. (HR. Al-Bazar dan Al-Hakim)

Adapun transaksi jualbeli yang sesuai dengan syari’at Islam hendaknya dilakukan dengan jujur. Rasulullah SAW.

Artinya: “barang siapa yang berlaku curang terhadap kami, maka ia bukan dari golongan kami. Perbuatan makar dan tipu daya tempatnya di Neraka,” (HR. Ibnu Hibban).

Dalam kegiatan Jualbeli seharusnya seorang mukmin menerangkan keadaan barang yang akan dijualnya, terlebih lagi apabila barang tersebut memiliki cacat atau aib. Sebagaimana sabda Rasulullah SAW.

الْمُسْلِمُ أَخُو الْمُسْلِمِ لَا يَحِلُّ لِمُسْلِمٍ بَاعَ مِنْ أَخِيهِ بَيْعًا فِيهِ عَيْبٌ إِلَّا بَيَّنَّهُ لَهُ

Artinya: “seorang muslim itu saudara bagi muslim yang lain. Tidak halal bagi seorang muslim menjual suatu barang kepada saudaranya, sementara

⁵⁷ Kementrian RI, *Al-Qur’an dan Terjemahnya* (Surabaya: Halim Publishing & Distributing),

barang itu ada cacat/rusaknya kecuali ia harus menerangkannya kepada saudaranya (yang akan membeli tersebut).” (HR. Ibnu Majah.no 2246)

c. Ijmak

Dalil kebolehan jual beli menurut ijmak Ulama adalah Ulama telah bersepakat bahwa jual beli diperbolehkan dengan alasan bahwa manusia tidak akan mampu mencukupi kebutuhan dirinya, yang tanpa bantuan orang lain. Namun demikian, bantuan atau barang milik orang lain yang di butuhkan itu, harus diganti dengan barang lainnya yang sesuai.

Dalam Islam sudah benar-benar ditegaskan bahwa ketika kita berdagang maka yang harus diutamakan adalah kejujuran jangan menggunakan bahan-bahan yang mengandung zat berbahaya yang dapat merusak kesehatan, mengurangi takaran timbanganpun telah dilarang dalam agama Islam. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-qur’an (Q.S. Al-Muthaffifin/83:1-3) yang berbunyi:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ وَإِذَا كَالُواهُمْ أَوْ وَزَنُواهُمْ يُخْسِرُونَ⁵⁸

Terjemahnya:

Celakalah orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang)!(Mereka adalah) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi.(Sebaliknya,) apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka kurangi.⁵⁸

Adapun rukun Jualbeli akan sah apabila terpenuhi rukun dan syaratnya. Yang menjadi rukun jual beli dikalangan mazhab Hanafi adalah ijab dan Kabul. Ini yang ditunjukkan oleh saling tukar menukar atau berupa saling memberi (*mua'tah*). Sementara itu, yang menjadi rukun jual beli dikalangan jumbuh ulama ada tiga yaitu *bay' wa al-mushtari* (penjual dan pembeli), *thaman wa mabi'* (harga dan barang), *sighat* (ijhab dan Kabul).⁵⁹

⁵⁸ Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Surabaya: Halim Publishing & Distributing), h.587.

⁵⁹Rosalinda, *Fikih Ekonomi Syariah Prinsip dan Implementasinya pada Sektor Keuangan Syariah* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016), 65

Rukun jual beli ada tiga yaitu:

- a. Pelaku transaksi, yaitu penjual dan pembeli
- b. Objek transaksi, yaitu harga dan barang
- c. Akad (transaksi), yaitu segala tindakan yang dilakukan kedua belah pihak yang menunjukkan mereka sedang melakukan transaksi, baik tindakan itu berbentuk kata-kata maupun perbuatan.

Berikut rukun jual beli menurut 4 Mazhab:

a. Mazhab Syafii

1). 'Aqid (penjual dan pembeli)

Syaratnya harus itlaq al-tasarruf (memiliki kebebasan pembelanjaan), tidak ada paksaan, muslim (jika barang yang dijual semisal mushaf), bukan musuh (jika barang uang dijual alat perang).

2). Ma'qud alayh (barang yang dijual dan alat pembelian)

Syaratnya harus suci, bermanfaat, dapat kekuasaan pelaku akad, dan teridentifikasi oleh penjual akad.

3). Sighat (ijab dan Kabul)

Syaratnya tidak diselingi oleh pembicaraan lain, tidak terdiam di tengah-tengah dalam waktu lama, terdapat kesesuaian antara pernyataan ijab dan kabulnya, tidak digantungkan kepada sesuatu yang lain, dan tidak ada batasan masa.

Dikalangan Mazhab Syafii jual beli dengan mua'tah (tanpa pernyataan ijab Kabul) tidak sah, namun menurut ulama Syafii adalah sah untuk barang-barang dimana tanpa ijab Kabul sudah dianggap sebagai jual beli atau untuk barang-barang dengan harga kecil.

b. Mazhab Hanafi

1). Ijab

2). Kabul

Menurut mazhab Hanafi, jual beli dapat terjadi, (in'iqad) hanya dengan ijab dan Kabul. Jadi in'iqad merupakan ketertarikan pembicaraan salah satu dari dua pihak yang berakad dengan lainnya menurut syariat atas suatu cara yang tampak hasilnya pada sasaran jual beli.

Maka, jual beli menurut mazhab ini merupakan athar shariah (hasil nyata secara shariah) yang tampak pada sasaran jual beli ketika terjadi ijab Kabul, sehingga pihak yang berakad memiliki kekuasaan melakukan tasarruf. Untuk mencapai athar yang nyata ketersambungan ijab Kabul, maka pihak pelaku ('aqid) disyaratkan harus sehat akal nya dan mencapai usia tamyiz.

Pada sasaran ijab Kabul harus berupa harta yang dapat diserahkan. Mengenai jual beli dengan cara mua'tah, mazhab Hanafi memperbolehkan secara mutlak baik itu pada barang berharga besar maupun kecil, kecuali menurut pendapat al-kharki yang hanya memperbolehkan pada barang-barang yang kecil.

c. Mazhab Maliki

1). Sighat

Harus merupakan sesuatu yang dapat menunjukkan rida' (saling setuju) dari pihak aqid, baik berupa perkataan atau isyarat dan tulisan. Mazhab Maliki memperbolehkan jual beli dengan cara mua'tah.

2). Aqid

Syaratnya harus tamyiz, dalam mazhab ini, 'aqid tidak disyaratkan muslim walaupun barang yang dijual berupa mushaf.

3). Ma'qud 'alayh

Syaratnya harus suci, dan dapat diserahterimakan, teridentifikasi, tidak terlarang penjualnya, dan dapat diambil manfaatnya.

d. Mazhab Hambali

1). Aqid

Harus memiliki kepatutan melakukan tasarruf, yaitu harus sempurna akalannya, baligh, mendapat izin, kehendak sendiri, dan tidak sedang tercegah tasarrufnya.

2). Ma'qud 'Alayh

Syaratnya harus memiliki manfaat menurut syariah, boleh dijual oleh pihak 'aqid, dimaklumi bagi kedua belah pihak yang melakukan akad dan bisa diserahterimakan, dan disamping semua itu harus tidak bersamaan dengan sesuatu yang menghalanginya, yaitu larangan syarak.

3). Ma'qud bih (sighat)

Syaratnya harus berupa perkataan yang dapat menunjukkan persetujuan dan suka sama suka antara dua belah pihak. Tentang mua'tah, dalam mazhab Hambali terdapat tiga pendapat yaitu memperbolehkan, tidak memperbolehkan dan memperbolehkan hanya pada barang yang berharga kecil.⁶⁰

Islam sangat menjunjung tinggi yang namanya kejujuran termasuk dzolim ketika produsen mempromosikan kualitas produknya tidak sesuai dengan fakta sehingga dapat merugikan pihak konsumen. Berdasarkan data di lapangan bahwa masih banyak ditemukan produk yang masih menggunakan bahan-bahan yang cukup berbahaya. Adapun teori yang diringkas oleh Wahbah Al-Juhailiyah kemudian di kutip oleh Rachmat Syafe'i bahwa ada empat sebab Jualbeli dilarang oleh Islam antara lain:

⁶⁰ Muhammad Hasbi Ash-Shiddieqy, Hukum-Hukum Fiqh Islam (Jakarta: Bulan Bintang, 1952), 360.

1. Terlarang sebab Ahliyah (ahli akad)

Para ulama sepakat bahwa jual beli dianggap sah apabila dilakukan oleh orang yang sudah baligh, berakal, dapat memilih, dan mutlak tasharruf (dapat melakukan tindakan dengan bebas). Orang-orang yang tidak sah melakukan jual beli adalah:

- a. Orang gila. Berdasarkan kesepakatan Ulama orang gila tidak memiliki sifat Ahliyah (kemampuan). Mereka disamakan dengan orang yang pingsan, mabuk, dan pengaruh obat bius.
- b. Anak kecil. Tidak sah aktifitas jual beli bagi orang yang belum *mumayyiz*, kecuali dalam hal kecil.
- c. Orang tunanetra. Menurut Ulama Syafi'a, jual beli dengan orang yang tunanetra menjadi bathil dan tidak sah karena ia tidak mampu mengetahui mana yang baik dan mana yang tidak baik.
- d. Orang dalam paksaan.

Hal ini berdasarkan kepada Firman Allah dalam Q.S. An-Nisa/4:5 & 6

وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَمًا وَارْزُقُوهُمْ فِيهَا وَاكْسُوهُمْ
وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا ۝ وَابْتُلُوا الْيَتَامَىٰ حَتَّىٰ إِذَا بَلَغُوا النِّكَاحَ فَإِنْ آنَسْتُمْ
مِّنْهُمْ رُّشْدًا فَادْفَعُوا إِلَيْهِمْ أَمْوَالَهُمْ ۖ وَلَا تَأْكُلُوهَا إِسْرَافًا وَبِدَارًا أَن يَكْبُرُوا ۗ
وَمَنْ كَانَ غَنِيًّا فَلْيَسْتَعْفِفْ ۖ وَمَنْ كَانَ فَقِيرًا فَلْيَأْكُلْ بِالْمَعْرُوفِ ۗ فَإِذَا دَفَعْتُمْ
إِلَيْهِمْ أَمْوَالَهُمْ فَأَشْهِدُوا عَلَيْهِمْ ۗ وَكَفَىٰ بِاللَّهِ حَسِيبًا ۖ

Terjemahannya

Janganlah kamu serahkan kepada orang-orang yang belum sempurna akalnya harta (mereka yang ada dalam kekuasaan)-mu yang Allah jadikan sebagai pokok kehidupanmu. Berilah mereka belanja dan pakaian dari (hasil harta) itu dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang baik.

Ujilah anak-anak yatim itu (dalam hal mengatur harta) sampai ketika mereka cukup umur untuk menikah. Lalu, jika menurut penilaianmu mereka telah pandai (mengatur harta), serahkanlah kepada mereka hartanya. Janganlah kamu memakannya (harta anak yatim) melebihi batas kepatutan dan (janganlah kamu) tergesa-gesa (menghabiskannya) sebelum mereka dewasa. Siapa saja (di antara

pemelihara itu) mampu, maka hendaklah dia menahan diri (dari memakan harta anak yatim itu) dan siapa saja yang fakir, maka bolehlah dia makan harta itu menurut cara yang baik. Kemudian, apabila kamu menyerahkan harta itu kepada mereka, hendaklah kamu adakan saksi-saksi. Cukuplah Allah sebagai pengawas.⁶¹

2. Terlarang sebab sighat

Jual beli yang dilarang karena sighat. Sighat merupakan ijab Kabul (kalimat: “saya jual kepadamu” atau “saya serahkan kepadamu”) yang dilakukan oleh penjual dan pembeli. Jika tidak ada sighat maka hukum jual beli menjadi tidak sah.

Contohnya:

- a. Jual beli mu' athal, adalah Jualbeli yang saling di sepakati harga yang ditetapkan, akan tetapi tidak adanya Ijab dan Qabul dari kedua pihak.
- b. Kegiatan Jualbeli dengan seseorang, akan tetapi salah seorang diantara keduanya tidak hadir di tempat akad.

Adapun syarat dalam ijab qabul ini meliputi:

- a. Jala'ul ma'na iyalah yang bertujuan untuk dalam pernyataan itu dengan jelas, sehingga dapat di pahami jenis akad yang di kehendaki.
- b. Tauafuq, adalah kesesuaian antara ijab dan qabul
- c. Jazmul iradataini artinya dimana antara ijab dan qabul menunjukkan kehendak para pihak secara pasti, tidak ragu, dan tidak terpaksa.

3. Terlarang sebab Ma'qud Alaiyah

Jual beli yang dilarang karena ma'qud alaih (objek transaksi). Ma'qud alaih harta yang dijadikan alat pertukaran oleh orang yang akad, bisa disebut dengan mabi' (barang jualan) dan harga. Ulama fiqh sepakat

⁶¹ Kementrian RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Surabaya: Halim Publishing & Distributing), h.78.

bahwa jual beli dianggap sah apabila ma'qud alaih adalah barang tetap atau bermanfaat, berbentuk, dapat diserahkan, dapat dilihat, dan tidak ada larangan dari syara'.

Contohnya:

- a. Jualbeli barang yang tidak ada atau beresiko hilang serta keberadaanya yang tidak pasti (gharar), seperti hablul habalah yakni jualbeli anak yang masih di dalam kandungan.
- b. Jualbeli barang yang tidak dapat diserahkan, misalnya seperti burung yang terbang di udara dan ikan yang ada di dalam air. Jualbeli seperti ini menurut kesepakatan para Ulama ialah tidak sah, mengapa demikian karena ada larangan dalam Sunnah.

4. Terlarang sebab Syara

Jual beli yang dilarang karena sifat, syarat, atau larangan syara'. Menurut para Ulama jual beli dianggap sah apabila memenuhi syarat dan hukum tidak membahayakan masyarakat serta tidak bertentangan dengan akad.

Jual beli yang dilarang karena sifat syarat, atau larangan syara' contohnya:

- a. Jualbeli 'arbutun, merupakan transaksi dengan menggunakan uang muka atau lebih sering yang dikebnal dengan DP. Jika kegiatan jualbeli ini dilaksanakan, maka kita akan tinggal membayar uang sisanya nanti, akan tetapi jika transaksinya yang akan dilakukan gagal atau batal, maka uang muka yang telah di bayar menjadi milik sang penjual.
- b. Jual beli 'inah, merupakan seorang pembeli yang membeli suatu barang secara kredit dari penjual dan barang tersebut nantinya akan di jual kembali pada penjual aslinya dengan harga yang relative lebih rendah atau dengan harga yang cukup murah dibandingkan dengan harga yang sebelumnya.

- c. Jual beli riba, merupakan jual beli yang dilakukan dengan adanya tambahan uang dari hasil proses kegiatan transaksi yang telah dilakukan.
- d. Jual beli khamar dan babi.
- e. Jual beli dengan seseorang yang tinggal di suatu daerah perkampungan atau pedalaman sehingga tidak dapat mengetahui harga yang sebenarnya.
- f. Menjual Anggur dengan pembuat khamar
- g. Menjual Ibu tanpa anaknya yang masih kecil begitupun sebaliknya.
- h. Kegiatan jualbeli ketika adzan sholat Jum'at.
- i. Jual beli barang yang sudah ditawarkan atau telah dibeli oleh orang lain.

Dalam objek yang diperjualbelikan berupa produk perawatan kecantikan (skincare) yang mengandung bahan-bahan berbahaya yang lebih banyak mudharatnya dibandingkan manfaatnya. Tentunya jual beli ini dikatakan tidak sah karena ketidaksesuaian Ma'qud Alaih dan Syara'. Produk perawatan kecantikan yang mengandung bahan-bahan berbahaya akan merugikan para penggunanya dan dapat menimbulkan berbagai macam efek mudharat seperti munculnya jerawat, flek hitam, kulit wajah menjadi merah, serta sensasi rasa gatal dan panas, dan berbagai macam efek lainnya. Jual beli harusnya memperhatikan nilai-nilai kejujuran serta menghindari perbuatan yang bisa merugikan orang lain, seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an Q.S. Asy-Syu'ara/26: 181-183 yang berbunyi:

﴿ أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ۚ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۚ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ۚ ﴾

Terjemahnya:

181. Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan orang lain.
182. Timbanglah dengan timbangan yang benar.
183. Janganlah kamu merugikan manusia dengan mengurangi hak-haknya dan janganlah membuat kerusakan di bumi.⁶²

Sesuai dengan ayat di atas dalam kegiatan jual beli seharusnya selalu dilandasi dengan kejujuran, sesuai dengan tafsiran “jika kalian berjualan maka takarlah pembelian mereka dengan sempurna dan jangan kalian merugikan hak mereka sehingga kalian memberikannya dengan keadaan kurang dan jika kalian memberi, maka ambillah seperti kalian menjualnya serta timbanglah dengan timbangan yang jujur dan adil agar dapat menimbulkan kejujuran dalam berdagang”.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah diperoleh di lapangan mengenai implementasi peraturan penjualan produk perawatan kecantikan di kota Parepare tidak sesuai dengan hukum Islam karena masih ada ditemukan penjual yang masih menjual produk-produk dengan menggunakan bahan yang tergolong berbahaya yang tentunya lebih banyak mudharatnya dibanding dengan manfaatnya sebab, tidak memenuhi syarat sah jual beli karena tidak sesuai dengan *maq'ud* alaih dan *syara'*.

Selain itu kurangnya kejujuran pada pihak produsen atau penjual karena tidak menyampaikan dan memberikan informasi tentang kekurangan maupun bahaya dari bahan yang dikandung dari produk yang mereka jual. Tentunya hal ini tidak sesuai dengan Hukum Islam karena dalam Islam sudah diperintahkan untuk berbuat jujur termasuk dalam kegiatan jualbeli karena perilaku penjual yang tidak jujur akan

⁶²Kementrian RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Surabaya: Halim Publishing & Distributing), h. 374.

menghilangkan berkah dalam kegiatan jualbeli tersebut. Rasulullah SAW bersabda,

“sumpah (dalam jualbeli) itu melariskan barang dagangan, tetapi menghilangkan berkahnya.” (HR.al-Bukhari)

Dalam satu riwayat Rasulullah SAW bersabda

“hati-hati kalian dari banyak bersumpah dalam jual beli. Sebab, sumpah itu melariskan dagangan kemudian menghilangkan berkahnya.” (HR. Muslim).

Diantara faedah yang bisa kita ambil dari hasil pembahasan diatas antara lain:

1. Tidak boleh melariskan barang dagangan dengan sesuatu yang mengandung unsur penipuan. Perbuatan penipuan hukumnya haram menurut kesepakatan Ummat karena bertentangan dengan sifat ketulusan (niat baik).
2. Pemimpin atau pemerintah bertanggung jawab untuk mengawasi peredaran prodak kecantikan dan pasar serta memberikan sanksi tegas berupa hukuman kepada orang-orang yang tidak jujur dalam kegiatan jual beli.
3. Sengaja melakukan penipuan akan memberikan kemudharatan atau bahaya dan kerugian yang besar kepada konsumen hal ini menyebabkan pelakunya menjadi musuh ummat Islam yang ditujukan kepadanya do'a kebinasan dan kejelekan.

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang mengenai “Implementasi UU Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen: relasi produk perawatan kecantikan di kota Parepare” maka dapat disimpulkan sebagai berikut.:

1. Implementasi peraturan penjualan produk perawatan kecantikan di kota Parepare sudah lama berlaku, namun kenyataan yang terjadi di lapangan tidak sesuai dengan penerapan aturan karena masih banyaknya ditemukan penjual yang memperjualbelikan produk-produk yang masih menggunakan bahan-bahan yang cukup berbahaya bagi kesehatan.
2. Tinjauan Hukum Ekonomi Islam mengenai penjualan produk perawatan kecantikan di kota Parepare yang dimana hal tersebut tidak sesuai dengan hukum Islam yang ada. Karena, dalam proses jualbelinya tidak sesuai dengan aturan yang ada di dalam syarat sah Hukum jual beli.

B. Saran

Adapun saran-saran yang dapat penulis sampaikan dalam kesempatan ini adalah sebagai berikut:

- a. Kepada para pihak Pemerintah agar senantiasa melakukan peninjauan dan pengawasan langsung untuk mengetahui dan memastikan agar tidak ada lagi produk-produk perawatan kecantikan dari bahan-bahan yang berbahaya dan yang masih beredar di pasaran.
- b. Pemerintah harus memberikan sanksi yang lebih tegas kepada para produsen yang masih menjual produk-produk kecantikan atau yang biasa dikenal dengan “skincare” yang masih menggunakan bahan berbahaya agar memberikan efek jera kepada para produsen ataupun pihak penjual.
- c. Kepada para konsumen sebaiknya lebih teliti dan hati-hati dalam memilih suatu produk kecantikan yang ditawarkan dengan harga yang relative murah.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an Al-Karim
- A Fuad KS Nugroho, *Panduan Praktis Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta; Graha ilmu, 2014)
- Abd Haris Hamid, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia* (Cet I: Makassar, 2017)
- Abdul atsar&Rani Apriani, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Cet I, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019)
- Abdul atsar&Rani Apriani, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Cet: I Sleman : Deepublish, 2019)
- AbdulWahhab Khallaf, *Ilmu Uhul Fiqih*, (Semarang: Dina Utama Semarang, 1994)
- Afan Gaffar, *Otonomi Daerah Dalam Negara Kesatuan* (Cet. VI: Yogyakarta: Pustaka Pelajar Kedasama, 2009).
- Ani Nursalikhah, *Republika Online*,
<https://www.republika.co.id/berita/qf3jmt366/pedagang-muslim-yang-raih-derajat-tinggi>(diakses pada 10 Februari 2022, pukul 12.36)
- BPOM Makassar merilis Kosmetik Ilegal, 2019.
[https://m.antarantaranews.com\(berita\)1176056/bbpom-makassar-merilis-kosmetik-dan-pangan-ilegal](https://m.antarantaranews.com(berita)1176056/bbpom-makassar-merilis-kosmetik-dan-pangan-ilegal)), diakses 7 September 2021
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008)
- Dewi Larasati, “*Presepsi Mahasiswa Terhadap Produk Kosmetik yang Tidak Terdaftar Pada BPOM Ditinjau dari Perilaku Konsumen (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2014 di IAIN Metro Lampung*”, Skripsi sarjana Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro 2019
- Dr. Mardani, 2006, *Fiqih Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Prenadanamedia Group).
- Eka Eskawati, *Analisis Yuridis Penggunaan Produk Kecantikan Kosmetik Tanpa Izin Edar BPOM Ditinjau dari UU No 8 Tahun 1999 tTentang Perlindungan Konsumen*, Vol 4, No 4 (2021). Hsal 3
- Haris Herdiannsyah, *Wawancara, Observasi, Dan Focus Groups sebagai Instrument Penggalan Data Kualitatif* (Cet I, Jakarta: Rajawali Pers. 2013)
- Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014)
- Husaim dan Marjan Miharja, *Penyalahgunaan wewenang terkait dengan prosedur penangkapan terhadap korban yang salah tangkap*, (qiara media)

- Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik*, (cet IV, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2016)
- Iwan Apriandi, *Implementasi Qanun Nomor II Tahun 2002 tentang Syariat Islam di Kota Langsa*, 2017.
- Jonatan Sarwono, *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS 1*, (Jakarta: Andi Publisher, 2009)
- Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, (Bandung: Mndar Maju.1996)
- Khairuin Nasution, *Pengantar Studi Islam*, (Yogyakarta: ACAdEMIA dan TAZZAFA, 2009)
- Kotler, Philip & Kevin L.Keller. *Marketing Management*, (NEW Jersey: Prentice Hall.2009)
- Kurniawan, *Hukum Perlindungan Konsumen, Problematika Kedudukan dan Kekuatan Putusan Badan penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)*, Universitas Brawijaya Press, 2011
- Mardani, *Fiqih Ekonomi Syariah*, (Jakarta:Kencana,2016 cetakan. 6)
- Merdeka, *Al-qur'an Digital*, <https://www.merdeka.com/quran/al-jumuah/ayat-10>, (diakses pada 10 Februari 2022, pukul 11.49.)
- Ni Nyoman Rani, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen atas Penjualan Produk Kosmetik dalam kemasan container (share in jar)*, 2009.
- Nursyam, “*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Dropship di Kota Parepare (Prespektif Hukum Ekonomi Islam)*”, Skripsi sarjana Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare 2021
- Prof. DR. H. Rachmat Syafei, MA. *Fiqih Muamalah*, (Bandung” CV PUSTAKA SETIA)
- Republik Indonesia, UU RI No.8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen pasal 5.
- Republik Indonesia, UU RI No.8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen pasal 2.
- Republik Indonesia, UU RI No.8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen pasal 4.
- Republik Indonesia, UU RI No.8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen pasal 3.
- Republik Indonesia. 1999. *Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*. (Jakarta, https://gatrik.esdm.go.id/assets/uploads/download_index_files/e39ab-uu-nomor-8-tahun-1999.pdf)
- Republik Indonesia. 2009. *Undang-undang Nomor 39 Tahun 2009 tentang Kesehatan*. (Jakarta, https://infeksiemerging.kemkes.go.id/download/UU_36_2009_Kesehatan.pdf.)

- Rizka Syafriana, *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Elektronik*, De Lega Lata, Vol 1. No.2 Tahun 2016. h. 430.
- RonyKountor, *Metode Penelitian*, (Jakarta: BumiAksara, 2005)
- Rosmawati, *pokok-pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, (Cet I, Depok, Prenada Media Group, 2018)
- Sekar Ayu Amilahur Priaji, “*Perlindungan Hukum Terhadap Peredaran Kosmetik yang merugikan Konsumen*”, Skripsi Sarjana Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2018.
- Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *penelitian Hukum Normatif* (suatu Tinjauan Singkat), (Jakarta: Rajawali Pers, 2001)
- Sri Murtono, dan Hassan Suryono, *pendidikan Kewarga Negara* (Cet:I; Jakarta: Yudhistira, 2007)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013)
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT.Rineka Cipta, 2006)
- Veitzhal Rivai, *Islamic Transaction Law In Business Dari Tepri Ke Praktik* (Jakarta: P.T Bumi Aksara, 2011)
- Yufidia, “*Serial Kutipan hadits*”, <https://umma.id/post/serial-kutipan-hadits-amalan-yang-tertolak-303512?lang=id>, (diakses pada 08 Februari 2022, pukul 19.47)

