

SKRIPSI

**PENERAPAN PRINSIP KEJUJURAN DAN PEMANFAATAN
TERHADAP PRAKTIK JUAL BELI SKINCARE *SHARE*
IN JAR TANPA LABEL BPOM DI PASAR SENTRAL
LAKESSI KOTA PAREPARE**



OLEH:

DIAN FAJRIA

NIM.2220203874234016

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

2026
**PENERAPAN PRINSIP KEJUJURAN DAN PEMANFAATAN
TERHADAP PRAKTIK JUAL BELI SKINCARE *SHARE*
IN JAR TANPA LABEL BPOM DI PASAR SENTRAL
LAKESSI KOTA PAREPARE**

SKRIPSI



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 (IAIN) Parepare

OLEH:

DIAN FAJRIA

NIM.2220203874234016

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

2026



PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Penerapan Prinsip Kejujuran Dan Pemanfaatan
Terhadap Praktik Jual Beli Skincare *Share In*
Jar Tanpa Label BPOM Di Pasar Sentral
Lakessi Kota Parepare

Nama Mahasiswa : Dian Fajria

NIM : 2220203874234016

Prodi : Hukum Ekonomi Syariah

Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum
Islam Nomor 1722 Tahun 2024

Pembimbing : Disetujui Oleh:
: Dr. Zainal Said, M.H

NIP : 19761118 200501 1 002

Mengetahui:
Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam

Dekan,



Dr. Budiman, M.HI.

NIP. 197306272003121004



PERSETUJUAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Penerapan Prinsip Kejujuran Pemanfaatan Terhadap
Praktik Jual Beli *Skincare Share In Jar* Di Pasar
Sentral Lakessi Kota Parepare

Nama Mahasiswa : Dian Fajria

Nomor Induk Mahasiswa : 2220203874234016

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Fakultas : Syariah Dan Ilmu Hukum Islam

Dasar Penetapan Pembimbing: Sk Dekan Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum Islam

Nomor 1772 Tahun 2024

Tanggal Kelulusan : Kamis 25 Juni 2026

Disahkan Oleh Penguji:

Dr.Zainal Said,M.H.

(Ketua)

Prof.Dr.H.Mahsyar,M.Ag.

(Anggota)

Dr.Aris,S.Ag.,M.HI.

(Anggota)

Mengetahui:

Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam



Dr. Budiman, M.HI.

NIP. 197306272003121004

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. karena berkat taufik, hidayah dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana (SH) pada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Parepare. Tak lupa Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan keada baginda Nabi Muhammad Saw. Beserta para keluarga dan sahabatnya.

Penulis menghanturkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada selaku orangtua penulis yang senantiasa mendoakan, memberi *support*, dan nasihat. Berkatnya penulis selalu semangat dan berusaha semaksimal mungkin untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan tepat waktu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan Serta arahan terkhusus pembimbing skripsi saya dalam hal ini Bapak Dr.Zainal Said,M.H terima kasih atas segala bantuan dan bimbingan serta telah memberikan banyak masukan dan nasehat mulai dari pengerjaan proposal sampai dengan tugas akhir ini, penulis selalu merasa beruntung menjadi salah satu mahasiswa bimbingannya karena selalu mempermudah dan membuka pintu konsultasi dengan lapang selama memasuki fase skripsi ini.

Penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak akan terlaksana apabila tidak ada bantuan, kerjasama, serta dukungan dari pihak-pihak yang berbaik hati mengorbankan waktu, tenaga dan pikiran yang secara sukarela membantu serta

mendukung penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Prof, Dr.Hj. Darmawati, S.Ag M. selaku rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras dalam mengelola Lembaga Pendidikan ini demi kemajuan IAIN Parepare.
2. Ibu Dr. Budiman, M.HI. Ag selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam.
3. Bapak Rustam Magun Pikahulan, S.H.,M.H sebagai penanggung jawab Program Studi Hukum Ekonomi Syariah.
4. Para narasumber yang telah mengizinkan penulis dan membantu memberikan data yang terkait dengan penelitian ini.
5. Bapak/Ibu Dosen pada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam yang selama ini telah memberikan banyak ilmu pengetahuan kepada penulis dan mempunyai cara tersendiri dalam menyampaikan materi perkuliahan.
6. Kepala perpustakaan IAIN Parepare beserta jajarannya yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalani studi di IAIN Parepare.
7. Bapak/Ibu dan jajaran staf administrasi Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam yang telah begitu banyak membantu selama penulis menjalani perkuliahan.
8. Kakek dan Nenek, H. Lana dan Hj. Galiah yang menjadi sumber kekuatan dan motivasi penulis menyelesaikan S1 tepat waktu, terimakasih atas segala kasih sayang yang tidak pernah berubah sedari penulis kecil hingga dewasa, doa yang selalu mengiringi langkah penulis untuk sampai dititik ini serta selalu

mengusahakan Pendidikan penulis setinggi-tingginya, semoga kalian berdua selalu bangga di setiap pencapaian penulis dan semoga Allah senantiasa memberikan umur yang panjang untuk selalu kebersamai penulis di pencapaian selanjutnya.

9. Seperjuangan penulis diperkuliahkan, Mutiarasari, Karnila, Azzah shubhiyah dan Andi Della Rezky terimakasih atas support, kebersamaan yang selalu menjadikan penulis merasa beruntung bisa menjadi bagian dari kalian, yang tidak mungkin penulis lupakan selama perkuliahan, canda, tawa serta air mata bahwa kalian sangat berarti dan menjadi saksi bahwa penulis bisa kuat sampai tahap ini.
10. Risdamayanti, Hikmaramadani, Huznul Hatimah Rudi, Nurhikma Ramis Saputri, Melisanatalia dan Jihan Sukmana yang selalu mengisi hari-hari penulis dengan canda dan tawa serta menjadi sumber kekuatan penulis untuk bisa menyelesaikan tugas akhir.
11. Mutiarasari yang menjadi pendukung serta penguat penulis, terimakasih selalu menjadi pendengar yang baik serta selalu ada untuk penulis sampai saat ini.
12. Ika Putri, Jumrana Zalsabila, Zahra dan Alya, penulis mengucapkan banyak terimakasih atas dukungan dan selalu memberikan semangat hingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir.
13. HES 22, BSI SCHOLARSHIP 3 dan KKN REGULER LABUKKANG,
Menjadi tempat penulis berproses dan membentuk penulis menjadi mandiri dan bertanggung jawab untuk setiap langkah dan prosesnya sampai di tahap ini.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu

persatu. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat kepada semua pihak yang membacanya. Aamiin.

Parepare, 03 Februari 2026



Dian Fajria

NIM. 2220203874234016



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dian Fajria

Nim : 2220203874234016

Tempat/Tgl. Lahir : Parepare, 22 Maret 2004

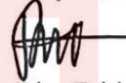
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam

Judul Skripsi : Penerapan Prinsip Kejujuran dan Pemanfaatan Terhadap
Praktik Jual Beli Skincare *Share In Jar* Tanpa Label BPOM
Di Pasar Senteral Lakessi Kota Parepare

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

Parepare, 22 Februari 2026



Dian Fajria

NIM. 2220203874234016

PAREPARE

ABSTRAK

Dian Fajria. *Penerapan Prinsip Kejujuran dan Pemanfaatan Terhadap Praktik Jual Beli Skincare Share In Jar Tanpa Label BPOM Di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare* (dibimbing oleh Zainal Said).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare, untuk mengetahui apa saja dampak mempengaruhi Masyarakat melakukan praktik jual beli *skincare share in jar* tanpa label BPOM di pasar sentral lakessi kota parepare, serta untuk menganalisis praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM menurut perspektif hukum Islam.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Sentral Lakessi, Kota Parepare, berpotensi menimbulkan risiko bagi kesehatan konsumen. Produk yang dijual secara eceran tanpa kemasan resmi dan tanpa izin edar BPOM tidak menjamin keamanan, kualitas, dan efektivitasnya, sehingga dapat menyebabkan iritasi kulit, alergi, atau masalah kesehatan lainnya. Meskipun diminati karena harga yang lebih murah dan kemasan yang praktis, praktik ini termasuk ilegal dan tetap berisiko bagi pengguna. 2) Dampak yang mempengaruhi masyarakat dalam melakukan jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM Di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare yaitu Dampak kesehatan bagi masyarakat (konsumen), Dampak Hukum dan Regulasi, Dampak ekonomi, dan Dampak sosial. 3) Tinjauan Hukum Islam terhadap praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare tidak dibenarkan. Hal ini karena tidak terpenuhinya prinsip kejelasan (transparansi) dan keamanan barang dalam akad jual beli. Produk yang tidak memiliki label BPOM berpotensi menimbulkan mudarat bagi konsumen, sehingga bertentangan dengan kaidah *la darar wa la dirar* (tidak boleh membahayakan diri sendiri maupun orang lain). Selain itu,

ketidakjelasan kandungan, izin edar, dan asal-usul produk mengandung unsur gharar, yang menyebabkan akad jual beli menjadi tidak sah atau setidaknya terlarang menurut Hukum Islam.

Kata Kunci: *Praktik Jual Beli Skincare, Share In Jar, Dampak, Tinjauan hukum islam*

DAFTAR GAMBAR

NO. Gambar	Judul Gambar	Halaman
1	Karangka Berfikir	40
2	Dokumentasi	Lampiran

DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
1	Permohonan Izin Penelitian Fakultas	VII
2	Rekomendasi Penelitian DPMPTSP	VIII
3	Surat Telah Melaksanakan Penelitian	IX
4	Dokumentasi	X
5	Suarat Keterangan Wawancara	XV
6	Pedoman Wawancara	XX
7	Biografi Penulis	XXIII

PEDOMAN TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

A. Transliterasi

1. 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	<i>Alif</i>	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	<i>Ba</i>	B	Be
ت	<i>Ta</i>	T	Te
ث	<i>Śa</i>	Ś	Es (dengan titik diatas)
ج	<i>Jim</i>	J	Je
ح	<i>Ĥa</i>	Ĥ	Ha (dengan titik dibawah)
خ	<i>Kha</i>	Kh	Ka dan Ha
د	<i>Dal</i>	D	De
ذ	<i>Dhal</i>	Dh	De dan Ha
ر	<i>Ra</i>	R	Er
ز	<i>Zai</i>	Z	Zet
س	<i>Sin</i>	N	Es

ش	<i>Syin</i>	Sy	Es dan Ye
ص	<i>Ṣad</i>	Ṣ	Es (dengan titik dibawah)
ض	<i>Ḍad</i>	Ḍ	De (dengan titik dibawah)
ط	<i>Ṭa</i>	Ṭ	Te (dengan titik dibawah)
ظ	<i>Ẓa</i>	Ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
ع	<i>‘Ain</i>	‘ —	Koma Terbalik Keatas
غ	<i>Gain</i>	G	Ge
ف	<i>Fa</i>	F	Ef
ق	<i>Qof</i>	Q	Qi
ك	<i>Kaf</i>	K	Ka
ل	<i>Lam</i>	L	El
م	<i>Mim</i>	M	Em
ن	<i>Nun</i>	N	En
و	<i>Wau</i>	W	We
ه	<i>Ha</i>	H	Ha
ء	<i>Hamzah</i>	— ’	Apostrof
ي	<i>Ya</i>	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak diawal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak ditengah atau diakhir, maka ditulis dengan tanda (’)

2. Vokal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>Fathah</i>	A	A
اِ	<i>Kasrah</i>	I	I
اُ	<i>Dammah</i>	U	U

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَيَّ	<i>Fathah dan Ya</i>	Ai	a dan i
اَوْ	<i>Fathah dan Wau</i>	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

حَوْلَ : *haula*

3. Maddah

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَـ	<i>Fathah dan Alif atau Ya</i>	Ā	a dan garis diatas
إِـ	<i>Kasrah dan Ya</i>	Ī	i dan garis diatas
أُـ	<i>Dammah dan Wau</i>	Ū	u dan garis diatas

Contoh:

مَاتَ : *Māta*

رَمَى : *Ramā*

قِيلَ : *Qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

4. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

- Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah [t]
- 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:

روضةً انْحُة : *Rauḍah al-jannah* atau *Rauḍatul jannah*

الْفَاضِلَةُ الْمَدِينَةُ : *Al-madīnah al-fāḍilah* atau *Al-madīnatul fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *Al-hikmah*

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*

الْحَجَّ : *Al-Hajj*

نُعِمَ : *Nu 'Ima*

عَدُوٌّ : *Aduwwun*

Jika huruf ي bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (maka ia litransliterasi seperti huruf maddah (i)).

Contoh :

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

عَلِيٌّ : *Ali* (bukan *Alyy* atau *Aly*)

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf (ال) 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 :

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

الزَّلْزَلَةُ : *al-syam¹su* (bukan *asy-syamsu*)

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

¹ 'Jurnal Kuriositas Edisi VII Vol.1, Juni 2014 PENGEMBANGAN EKONOMI: USAHA MEMBERDAYAKAN PELAKU EKONOMI KECIL DAN MENENGAH ZAINAL SAID', 1 (2014).

6. 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'murunia*

النَّوْعُ : *al-nau*

شَيْءٌ : *syai'un*

أُمِرْتُ : *umirtu*

7. 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 ḡilāl al-qur'an

Al-sunnah qabl al-tadwin

Al-ibārat bi „umum al-laḡ lā bi khusus al-sabab

8. Lafz al-Jalalah اللهُ

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

Contoh:

اللّٰهِ دِيْنُ : *Dīnullah*

اللّٰهِ بِا : *billah*

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

Contoh:

رَحْمَةُ اللّٰهِ فِيتْ هُمْ : *hum fit rahmatillah*

9. 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 alWalīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walid Muhammad Ibnu) Naşr Hamīd Abū Zaid, ditulis menjadi Abū Zaid, Naşr Hamīd (bukan: Zaid, Naşr Hamīd Abū)*



DAFTAR ISI

SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN KOMISI PENGUJI.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
1. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Tinjauan Penelitian Relevan.....	14
1. Teori Perlindungan Hukum.....	14
2. Teori Efektivitas Hukum.....	15
3. Jual beli.....	17
4. Share in jar.....	38
C. Kerangka Konseptual.....	41
1. Jual beli.....	41
2. Skincare.....	41
3. Share in jar.....	42
4. Tinjauan Hukum Islam.....	42
D. Kerangka Berfikir.....	44
III. METODE PENELITIAN.....	45
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	45
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	46

C. Fokus Penelitian	47
D. Jenis dan Sumber Data.....	47
E. Teknik Pengumpulan Data	48
F. Uji Keabsahan Data.....	51
G. Teknik Analisis Data	52
IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
A. Gambaran Lokasi Penelitian	53
1. Sejarah Singkat Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare.....	53
2. Visi dan Misi Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare	53
B. Hasil Penelitian.....	54
1. Praktik Jual Beli Skincare Share In Jar Tanpa Label BPOM di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare	54
2. Dampak Yang Mempengaruhi Masyarakat Dalam Melakukan Jual Beli Skincare Share In Jar Tanpa Label BPOM Di Pasar Senteral Lakessi Kota Parepare	70
3. Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Skincare Share In Jar Tanpa Label BPOM Di Pasar Senteral Lakessi Kota Parepare	80
C. Pembahasan	88
1. Praktik Jual Beli Skincare Share In Jar Tanpa Label BPOM di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare	88
2. Dampak Yang Mempengaruhi Masyarakat Dalam Melakukan Jual Beli Skincare Share In Jar Tanpa Label BPOM Di Pasar Senteral Lakessi Kota Parepare	94
3. Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Skincare Share In Jar Tanpa Label BPOM Di Pasar Senteral Lakessi Kota Parepare	105
V. PENUTUP	109
A. Simpulan	109
B. Saran	110
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN.....	

DATA BIOGRAFI.....



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Syariat Islam hadir untuk mengajarkan kemuliaan serta menganjurkan kepada seluruh pemeluknya, agama Islam datang dengan tujuan menyempurnakan segala bentuk kebaikan dan mengurangi segala bentuk yang membawa keburukan. Salah satu bentuk akhlak dan kepribadian yang diajarkan Islam adalah sifat tidak bergantung kepada orang lain sehingga kebutuhan hidupnya dapat terpenuhi dari hasil keringat sendiri.²

Agama Islam yang merupakan agama yang universal senantiasa memberikan petunjuk atau pedoman bagi para pemeluknya dalam menangani berbagai aspek kehidupan seperti yang berkaitan dengan masalah ibadah, akhlak serta kegiatan sehari-hari yang dikenal dengan istilah muamalah. Secara istilah arti dari kata muamalah dibagi menjadi dua kategori: pertama, muamalah dalam arti luas yang mengacu pada semua aturan Allah swt. yang harus ditaati dan kedua, muamalah dalam arti sempit yang mengatur interaksi antara sesama manusia salah satunya transaksi jual beli.³ Usaha perdagangan atau biasa dikenal dengan istilah transaksi jual beli merupakan salah satu cara dalam memenuhi berbagai kebutuhan sehari-hari, maka seseorang yang akan melakukan jual beli harus memiliki hubungan timbal balik agar suatu transaksi dapat berlangsung. Transaksi jual beli merupakan suatu kegiatan perdagangan yang dilakukan dengan cara menukar barang dengan barang,

²Muhammad Arifin Bin Badri, *Panduan Praktik Fikih Perniagaan Islam* (Jakarta: Darulhaq, 2018), h.1

³Harisah, "Konsep Islam Tentang Keadilan Dalam Muamalah", *Jurnal Pemikiran Ekonomi Islam*, 3(2), (2020): 117.

uang dengan barang ataupun kegiatan menukarkan sesuatu kepada pihak lain dengan melakukan pertukaran dengan penuh sukarela.⁴

Seiring perkembangan zaman kalangan masyarakat terutama wanita tentunya sangat ingin tampil menarik untuk menunjang penampilan agar lebih percaya diri. Hal tersebut adalah sesuatu yang wajar sehingga banyak orang yang rela mengeluarkan uang untuk ke salon, klinik kecantikan, dan membeli skincare baik produk lokal maupun import hanya untuk mempercantik dirinya. Produk kecantikan yang dikenal dengan skincare telah menjadi kebutuhan bagi wanita karena fungsinya lebih dari sekedar riasan wajah tetapi juga dapat digunakan untuk merawat wajah. Penggunaan skincare yang tepat dapat memberikan efek yang diinginkan pada kulit begitupun sebaliknya menggunakan kosmetik yang salah atau menggunakan produk dengan bahan berbahaya akan memberikan efek yang buruk pada kulit, maka diperlukan kehati-hatian para konsumen dalam memilih dan menyesuaikan jenis produk akan dibelinya serta memperhatikan segala informasi keterangan pada produk sebelum digunakan.

Perdagangan bebas seperti yang terjadi saat ini menyebabkan jumlah penjual skincare kecantikan yang beredar semakin meningkat karena tingginya permintaan konsumen akan kosmetik baik produk lokal maupun impor dengan berbagai merk, harga, dan kualitas. Namun faktanya kosmetik dipasaran hanya tersedia dalam kemasan besar dan tentunya dengan harga yang mahal yang mengakibatkan konsumen ragu untuk membelinya karena khawatir produk tersebut tidak cocok dengan kulitnya seperti kemerahan, iritasi atau alergi kulit.⁵

⁴Enang Hidayat, *Fiqh Jual Beli* (Bandung: PT Remaja Rosdakaya, 2015), h. 1.

⁵Prilla Kurnia Ningsih, *Fiqh Muamalah* (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2021), h.

Skincare merupakan gabungan dari dua kata bahasa Inggris yaitu, *skin* berarti kulit dan *care* berarti merawat.⁶ Menurut Oxford dictionary skincare adalah penggunaan krim dan produk khusus untuk merawat kulit. Dapat disimpulkan bahwa skincare adalah sebuah produk atau bahan yang digunakan untuk merawat kulit terkhusus wajah dengan tujuan membuat kulit menjadi lebih bersih, sehat dan terlindungi. Sehingga skincare sendiri sudah seperti menjadi bagian dari kebutuhan sehari-hari masyarakat zaman sekarang.⁷

Perkembangan dunia kosmetik, khususnya skincare, semakin pesat seiring meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya perawatan kulit. Produk skincare menjadi bagian dari kebutuhan sehari-hari, khususnya di kalangan perempuan dan remaja. Fenomena ini membuka peluang bisnis yang cukup besar, salah satunya adalah praktik jual beli skincare dalam bentuk *share in jar*, yaitu menjual ulang produk skincare dalam kemasan kecil dari satu produk utama (*full size*). Penggunaan istilah dari produk *share in jar* berarti produk kosmetik yang isinya telah dibagi (*share*) ke dalam (in) wadah/tempat (*jar*) dengan menggunakan kemasan yang lebih kecil kemudian kemasan kecil tersebut dipasarkan dengan harga yang lebih murah apabila dibandingkan harga produk pada kemasan aslinya, contohnya 100 ml serum wajah dibagi ke dalam lima wadah dengan isi 20 ml di setiap wadahnya.

Penyebab konsumen membeli skincare dengan sistem *share in jar* yaitu dengan berbagai alasan termasuk keinginan mereka untuk mencoba produk

⁶Jessika Klaudia Hutagalung, "Perbedaan Kepuasan Pelanggan Secara Online Dan Offline Dalam Membeli Produk Skincare Pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Medan Area," (2022), 15.

⁷Riana Versita et al, "Increasing Competence Of Pharmacy And Pharmacy Technical Personnel In Detecting Harmful Content In Skin Care Products", (2024), 277.

kosmetik baru dan untuk menghemat uang karena harganya yang jauh lebih murah dibandingkan kemasan aslinya. Beberapa konsumen pengguna skincare *share in jar* mengatakan bahwa mereka senang membeli produk skincare dengan kemasan *share in jar* karena jika produk yang mereka beli tidak cocok mereka tidak akan mengalami kerugian yang banyak.

Praktik *share in jar* dinilai lebih ekonomis dan memungkinkan konsumen mencoba produk dengan harga yang lebih terjangkau sebelum membeli versi ukuran penuh. Namun, di balik kepraktisannya, terdapat sejumlah permasalahan, terutama terkait aspek legalitas dan keamanannya. Produk *share in jar* umumnya tidak memiliki izin edar dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) karena telah dipindahkan dari kemasan aslinya, sehingga status legalitasnya menjadi tidak jelas. Hal ini tentu dapat menimbulkan keraguan dari sisi keamanan produk bagi konsumen.

Praktik jual beli *skincare share in jar* tanpa label BPOM menimbulkan permasalahan dari segi hukum Islam, khususnya terkait dengan kejelasan barang (*gharar*), keamanan produk, dan potensi kerugian konsumen. Dalam konteks hukum ekonomi syariah, perlindungan terhadap merek dagang tidak hanya dipahami dari aspek hukum positif, tetapi juga sebagian dari tanggung jawab moral dan etika bisnis. Hukum ekonomi syariah menekankan prinsi keadilan, transparansi, *gharar* dan eksploitasi.⁸ Dalam Islam, transaksi jual beli harus dilakukan secara transparan, adil, dan tidak membahayakan salah satu pihak. Produk *skincare* yang tidak memiliki izin BPOM berpotensi mengandung bahan berbahaya dan tidak jelas asal-

⁸Rustam Magun Pikahulan, et.al, “Peran Merek Dagang dalam Strategi Manajemen Pemasaran Perspektif Hukum Ekonomi Syariah”, FAWAID: Sharia Economic Law Review, 7(2), (2025): 142.

usul serta keamanannya, sehingga hal ini bertentangan dengan prinsip kehati-hatian (*ihthyath*) dan larangan lmenjual barang yang merugikan (*dharar*). Dengan demikian, jual beli skincare share in jar tanpa label BPOM dapat dikategorikan sebagai praktik jual beli yang tidak sesuai dengan prinsip syariah, karena mengandung unsur ketidak jelasan dan berisiko membahayakan kesehatan pengguna. Umat Islam hendaknya lebih selektif dan berhati-hati dalam melakukan transaksi, terutama yang berkaitan dengan produk-produk perawatan tubuh, demi menjaga keselamatan diri dan mematuhi ketentuan syariat.

Di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare, praktik jual beli *skincare share in jar* tanpa label BPOM cukup marak dilakukan. Penjual umumnya membeli produk asli dalam ukuran besar, lalu membaginya ke dalam kemasan kecil tanpa mencantumkan informasi produk, tanggal kedaluwarsa, komposisi, maupun izin edar. Dari sudut pandang hukum positif, hal ini dapat melanggar ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan, serta peraturan BPOM tentang label dan peredaran kosmetik.

Berdasarkan observasi awal di salah satu toko yang ada di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare yang menjual produk skincarenya dalam bentuk *share in jar*. Pemilik toko tersebut melakukan promosi skincarenya melalui media sosial atau secara langsung dipasar, sehingga konsumen dapat melakukan transaksi jual beli skincare secara *online* maupun *offline*. Hal utama yang menyebabkan pemilik toko Pasar Sentral Lakessi menjual produk skincarenya dalam bentuk *share in jar* karena tingginya minat konsumen terhadap produk yang sedang *trend*. Keinginan konsumen untuk mencoba produk baru tetapi ragu untuk membeli dengan harganya yang mahal dan khawatir apabila tidak cocok dapat mengalami kerugian besar,

sehingga hal tersebut mendorong pemilik toko untuk melakukan *share in jar* kosmetik yang dijualnya agar memudahkan konsumen untuk mencoba produk skincare. Dalam transaksi jual beli produk skincare kemasan *share in jar* di toko tersebut pelaku usaha tidak memberi label yang memuat informasi produk seperti tanggal kadaluwarsa, tanggal produksi, nomor BPOM dan cara penggunaan skincare, maka dengan permasalahan mengenai ketidakjelasan informasi produk akan berpotensi menimbulkan kerugian pada konsumen.⁹

Dari perspektif Hukum Islam, praktik jual beli skincare ini pun tidak akan lepas dari prinsip-prinsip syariah yang mengatur transaksi jual beli, kehalalan produk, serta tanggung jawab penjual dan pembeli. Ketidakjelasan terkait isi, komposisi, serta keamanan produk dalam *share in jar* dapat menimbulkan keraguan akan keabsahan transaksi tersebut menurut syariat Islam. Ayat-ayat Al-Qur'an dan hadist juga telah yang mengatur tentang jual beli, seperti larangan terhadap gharar (ketidak pastian), riba dan penipuan. Ada pun etika dalam perdagangan dan pentingnya kehalalan produk skincare serta keadilan dalam transaksi sangat diperhatikan oleh para konsumen di Indonesia, terutama konsumen muslim mengingat mayoritas konsumen produk skincare adalah seorang muslim.¹⁰ Oleh karena itu, perlu dikaji bagaimana hukum Islam memandang praktik ini, apakah sah atau tidaknya transaksi tersebut serta bagaimana perlindungan konsumen dalam perspektif Islam.

Berdasarkan hasil penjelasan di atas sehingga peneli tertarik untuk mengadakan penelitian terkait “Penerapan prinsip kejujuran dan pemanfaatan

⁹Observasi awal di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare, tanggal 14 September 2025

¹⁰Suci Hartini and Muhammad Iqbal Fasa, “Digital Marketing Dalam Perspektif Ekonomi Islam”, Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam, 5(1), (2022): 203.

Terhadap Praktik Jual Beli Skincare *Share In Jar* Tanpa Label BPOM Di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare?
2. Mengapa masyarakat tertarik dalam melakukan jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di pasar sentral lakessi kota parepare?
3. Bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian yang telah dijelaskan, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare.
2. Untuk mengetahui mengapa Masyarakat tertarik melakukan praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di pasar sentral lakessi kota Parepare.
3. Untuk menganalisis praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM menurut perspektif hukum Islam.

D. Manfaat Penelitian

Setiap penelitian akan memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis yakni sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil yang diperoleh dalam penelitian pada skripsi ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dalam pengembangan Hukum Islam terutama terhadap praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM Di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare.

2. Manfaat Praktis

- a. Memberikan edukasi bagi pedagang dan konsumen tentang pentingnya aspek hukum dan syariat dalam transaksi jual beli, serta mendorong pelaku usaha untuk memperhatikan keamanan dan kehalalan produk.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan para masyarakat khususnya terkait transaksi jual beli kosmetik dengan sistem *share in jar* sehingga para konsumen lebih berhati-hati dalam membeli produk skincare serta lebih memperhatikan segala informasi pada produk tersebut sebelum dibeli.
- c. Hasil yang diperoleh dalam penelitian pada skripsi ini diharapkan dapat menambah pengetahuan kepada penjual tentang cara menjalankan praktik jual beli di Pasar dengan etika bisnis yang baik, sesuai dengan syariah Islam dan mematuhi hukum yang berlaku di Indonesia.
- d. Menyediakan informasi yang dapat membantu konsumen membuat keputusan dalam membeli sebuah produk skincare secara offline di Pasar Sentral Lakessi.

- e. Meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya aspek hukum Islam dalam transaksi jual beli online di Pasar.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Penelitian terdahulu merupakan kumpulan dari hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti atau penulis terdahulu dan mempunyai kaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Berdasarkan kajian pustaka yang dilakukan tersebut, penulis mendapatkan informasi dan dapat menganalisis Penerapan prinsip kejujuran dan pemanfaatan terhadap praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare dari beberapa sumber yang layak untuk dijadikan sebagai tinjauan penelitian relevan. Dari kajian pustaka ini nantinya membantu penulis dalam menggabungkan sebuah teori dan temuan penelitian sebelumnya dalam tinjauan pustaka mereka.

1. Penelitian dari Nasywa Tiara Salsabila pada tahun 2025 dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Skincare Abal-Abal Di *Marketplace Tiktok Shop* Indonesia”. Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan deskriptif kualitatif yang bersifat yuridis-normatif. Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik, yaitu observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Selanjutnya, data yang diperoleh akan diolah melalui serangkaian proses, meliputi pengecekan ulang, klasifikasi, verifikasi, dan analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fenomena jual beli skincare abal-abal di *marketplace tiktok shop* terjadi akibat kurangnya pengawasan yang berkelanjutan dari pihak berwenang. Meskipun di Indonesia telah ada regulasi yang mengatur permasalahan ini, banyak penjual yang tetap memilih untuk menawarkan produk skincare dengan legalitas dan keamanan

yang diragukan demi meraih keuntungan. Dalam perspektif hukum Islam, praktik jual beli skincare abal-abal di Tiktok Shop tergolong dalam kategori jual beli gharar katsir, yang merujuk pada ketidakjelasan produk yang berlebihan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa transaksi jual beli produk skincare abal-abal ini tidak sah karena gharar katsir merupakan hal yang dilarang dalam hukum, dan hukum pelarangannya juga tidak efektif.¹¹ Perbedaan kedua penelitian dapat dilihat dari hasil penelitian masing-masing yang dilakukan oleh Nasywa Tiara Salsabila hasil penelitian tersebut mendeskripsikan terkait dengan tinjauan hukum islam terhadap praktik jual beli skincare abal-abal, sedangkan hasil penelitian ini lebih khusus untuk menganalisis penerapan prinsip kejujuran dan pemanfaatan terhadap praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM. Kesamaan dari kedua penelitian ini sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif.

2. Penelitian dari Risdayanti pada tahun 2023 dengan judul “Praktik Jual Beli Kosmetik Sistem *Share In Jar* Di Toko Gigishop Skincare Pinrang Perspektif Maqashid Al-Syariah”. Jenis penelitian pada penelitian ini menggunakan penelitian studi lapangan dengan data deskriptif kualitatif serta menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan melakukan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi, sedangkan teknik dalam menganalisis data yaitu melibatkan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1). Praktik jual beli kosmetik sistem *share in jar* di toko Gigishop Skincare Pinrang termasuk dalam salah satu

¹¹Nasywa Tiara Salsabila, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Skincare Abal-Abal Di Marketplace Tiktok Shop Indonesia”, Prodi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syari’ah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta (2025)

transaksi jual beli mengandung ketidakjelasan (gharar) disebabkan objek yang diperjualbelikan oleh penjual dan pembeli tidak jelas mengenai informasi produk pada kemasan seperti tanggal kadaluwarsa, tanggal produksi, nomor BPOM dan cara penggunaan kosmetik. (2) Perspektif maqashid al-syari'ah terhadap transaksi jual beli kosmetik sistem share in jar di toko gigishop skincare pinrang berperan penting terhadap maqashid al-syari'ah yaitu perlindungan terhadap harta (hifz al-mal) yang memberikan kemaslahatan kepada konsumen terhadap harta dalam transaksi jual beli produk kosmetik serta mengurangi kerugian besar pada konsumen apabila produk yang dibeli tidak sesuai dengan harapan yang diinginkan.¹² Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu dari segi lokasi penelitian, dimana lokasi penelitian di Toko Gigishop Skincare Pinrang, sedangkan lokasi penelitian penulis di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare. Sedangkan persamaannya yaitu sama-sama membahas *share in jar*.

3. Penelitian dari Ani Nuryani pada tahun 2024 dengan judul “Jual Beli Kosmetik Tanpa Label BPOM Dalam Tinjauan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Hukum Islam”. Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan normatif. Sedangkan teknik pengumpulan data penelitian dengan menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dalam penelitian ini metode deduktif. Dari penelitian skripsi ini dapat disimpulkan bahwa: Pertama, transaksi jual beli kosmetik tanpa

¹²Risdayanti, “Praktik Jual Beli Kosmetik Sistem *Share In Jar* Di Toko Gigishop Skincare Pinrang Perspektif Maqashid Al-Syariah”, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare (2023).

label BPOM di toko Ratna tidak sesuai dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) terkait memberikan informasi yang benar kepada konsumen dan ketidaklengkapan deskripsi pada produk kosmetik adapuun untuk rukun dan syarat jual beli di toko Ratna sudah terpenuhi, tetapi ada suatu hal diluar akad yang berpotensi membahayakan setelah pemakaian produk tersebut (dharar) yang menyebabkan jual beli ini fasid. Kedua, penggunaan produk kosmetik tanpa label BPOM di toko Ratna tidak sesuai dengan hak atas informasi yang benar dan hak atas keamanan dalam UUPK, sehingga juga bertentangan dengan prinsip-prinsip al-Daruriyyat al-Khamsah dalam hukum Islam. Terutama pada prinsip al-Nafs dan al-Mal.¹³ Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu dari segi tinjauan penelitian, dimana tinjauan penelitian ini menggunakan tinjauan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dan hukum Islam, sedangkan penelitian penulis menggunakan tinjauan hukum. Sedangkan persamaannya yaitu tanpa label BPOM.

4. Penelitian dari Khairunnisa Syifa Shafira pada tahun 2022 dengan judul “Praktik Jual Beli Skincare Share In Jar Pada Aplikasi Shopee Perspektif Masalah Murṣalah”. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat empiris. Metode pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data yang telah didapatkan dianalisis kemudian disimpulkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, pertama, praktik jual beli *skincare share in jar* pada aplikasi shopee diawali dengan terinstalnya aplikasi dan sudah memiliki akun,

¹³Ani Nuryani, “Jual Beli Kosmetik Tanpa Label Bpom Dalam Tinjauan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Hukum Islam”, Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo (2024).

kemudian mencari produk yang diinginkan pada kolom pencarian dan memilih produk, kemudian memasukkan produk ke dalam keranjang, lalu melakukan check out produk dan membuat pesanan, memilih metode pembayaran, setelah itu pembeli menunggu produk dikemas dan diserahkan kepada kurir. Kedua, jual beli *skincare share in jar* tidak memiliki izin edar dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) sehingga dianggap ilegal, dan membahayakan pembeli karena kualitas produk tidak terjamin sehingga melanggar Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) karena hak-hak konsumen tidak terpenuhi. Sedangkan dalam hukum islam jual beli ini bertentangan dengan Q. S An-Nisa ayat 29 yang melarang umat islam mengambil harta orang lain dengan cara yang batil. Ditinjau dari perspektif masalah murşalah jual beli ini tidak memenuhi syarat-syaratnya karena bertentangan dengan Al-Qur'an dan hadist, maslahatnya tidak benar-benar mengandung manfaat justru membahayakan konsumen dan merugikan produsen, dan manfaatnya tidak dapat dirasakan oleh semua pihak. Sehingga kemaslahatan yang ada pada jual beli *skincare share in jar* tidak sejalan dengan maqashid syariah dalam hal melindungi harta. Melihat hal ini sebaiknya pihak produsen membuat produk dalam kemasan kecil untuk sampel agar konsumen dapat mencoba kecocokan produk, dan tidak ada kecurangan dari oknum yang tidak bertanggung jawab sehingga tidak ada pihak yang dirugikan.¹⁴ Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu dari perspektif penelitian, dimana perspektif penelitian ini berfokus pada perspektif

¹⁴Khairunnisa Syifa Shafira, "Praktik Jual Beli Skincare Share In Jar Pada Aplikasi Shopee Perspektif Masalah Murşalah", Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Kediri (2022)

Maṣlahah Muṣalah sedangkan perspektif penelitian penulis yaitu tinjauan hukum islam Islam. Sedangkan persamaannya yaitu skincare *share in jar*.

B. Tinjauan Teori

1. Teori Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen merupakan bentuk perlindungan hukum untuk memberikan jaminan kepastian hukum dengan tujuan melindungi konsumen dari hal yang dapat merugikannya. Secara istilah hukum perlindungan konsumen dengan hukum konsumen adalah suatu istilah yang seringkali disamakan artinya, ada yang mengatakan hukum konsumen merupakan hukum perlindungan konsumen namun ada yang membedakannya dengan baik mengenai substansi serta penekanan pada ruang lingkupnya berbeda.

Hukum perlindungan konsumen atau hukum konsumen dapat diartikan sebagai semua peraturan yang terdapat dalam undang-undang yang memberikan aturan mengenai segala hak dan tanggung jawab pelaku usaha maupun konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhan. Beberapa ahli menyatakan bahwa hukum konsumen merupakan bagian bidang hukum ekonomi. Pendapat tersebut dibenarkan mengingat hukum konsumen mengatur masalah yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan barang dan jasa. Menurut Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen menyebutkan pengertian perlindungan konsumen dalam butir 1- Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen, sedangkan dalam butir 2 mengartikan konsumen sebagai setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat baik untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lainnya dan tidak untuk

diperdagangkan.¹⁵ Kurangnya informasi yang jelas menyebabkan konsumen sering menghadapi masalah ketidak jelasan atau kurangnya pemahaman tentang manfaat, penggunaan, atau penggunaan barang atau jasa yang diperdagangkan. Selain itu konsumen memiliki posisi yang sangat lemah dibandingkan dengan pelaku usaha sehingga diperlukan upaya pemberdayaan konsumen. Namun, hal ini sulit diwujudkan jika pelaku usaha diharapkan menyadarinya karena sebagian pelaku usaha menjalankan usahanya sesuai dengan prinsip ekonomi, seperti menghasilkan uang banyak dengan modal yang sedikit.¹⁶

2. Teori Efektivitas Hukum

Teori efektivitas hukum adalah sebuah pendekatan dalam ilmu hukum yang menilai sejauh mana hukum dapat berfungsi dan diterapkan dalam masyarakat. Faktor-faktor yang mempengaruhi penegakan hukum, menurut Soerjono Soekanto antara lain:

- 1) Faktor hukumnya sendiri. Teori Soekanto menekankan pentingnya hukum sebagai alat untuk mencapai tujuan sosial. Dalam konteks ini, kita dapat mengevaluasi seberapa efektif hukum Islam dalam melindungi konsumen dari praktik jual beli skincare yang tidak sesuai standar.
- 2) Faktor penegak hukum, yakni pihak-pihak yang membentuk maupun menerapkan hukum. Teori ini juga membahas tentang bagaimana masyarakat mematuhi hukum. Penelitian ini dapat mengkaji sejauh mana pedagang dan platform marketplace mematuhi ketentuan hukum Islam dan regulasi yang berlaku mengenai produk yang dijual.

¹⁵Anis Mashdurohatun, *Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teori Dan Praktik)* (Semarang: Unissula Press, 2020), h.8-9

¹⁶Abdul Atsar, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), h.11.

- 3) Faktor sarana atau fasilitas yang mendukung penegakan hukum. Soekanto mengakui bahwa hukum tidak berdiri sendiri, melainkan dipengaruhi oleh faktor sosial dan budaya. Dalam konteks TikTok Shop, perilaku konsumen dan produsen serta norma-norma yang berkembang di masyarakat juga dapat memengaruhi efektivitas hukum.
- 4) Faktor masyarakat, yakni lingkungan dimana hukum tersebut berlaku atau diterapkan. Teori ini dapat digunakan untuk menganalisis bagaimana hukum Islam melindungi konsumen dari produk yang merugikan dan memastikan bahwa praktik jual beli berlangsung dengan adil dan transparan.
- 5) Faktor kebudayaan, yakni sebagai hasil karya, cipta dan rasa yang didasarkan pada karsa manusia di dalam pergaulan hidup.¹⁷

Dengan menggunakan teori efektivitas hukum, peneliti dapat mengidentifikasi kelemahan dalam implementasi hukum Islam dan tantangan yang dihadapi dalam menanggulangi praktik jual beli skincare abal-abal. Dengan demikian, teori efektivitas hukum Soerjono Soekanto memberikan kerangka yang komprehensif untuk memahami tinjauan hukum islam terhadap praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM Di Pasar Senteral Lakessi Kota Parepare

3. Jual Beli

a. Pengertian Jual Beli

Dalam Islam jual beli (*al-bai'*) adalah pertukaran harta yang dibolehkan selama telah sesuai dengan persyaratan dan ketentuan yang ditetapkan syariah. Jual beli merupakan akad yang sah jika dilakukan secara sukarela, jujur, dan adil. Jual beli merupakan suatu bentuk perjanjian yang disepakati antara penjual dan

¹⁷H Zainuddin Ali, *Sosiologi Hukum* (Sinar Grafika, 2023).

pembeli.¹⁸ Dalam perspektif syariat, jual beli diartikan sebagai proses pertukaran barang berupa harta atau benda yang dilakukan atas dasar saling ridha atau kesepakatan bersama antara para pihak yang bersangkutan.¹⁹ Secara etimologis, jual beli (*al-bai'*) berarti pemindahan kepemilikan suatu barang melalui Akad yang didasarkan pada prinsip saling memberi dan menerima. Sedangkan secara istilah Jual beli dapat diartikan sebagai proses pertukaran antara barang secara langsung ataupun dengan penjualan barang yang dibayar menggunakan uang, yang dilakukan dengan cara melepaskan hak kepemilikan dari satu pihak kepada pihak lainnya berdasarkan asas kerelaan bersama.²⁰

Jual beli, adalah suatu perjanjian dengan mana pihak satu mengikat dirinya untuk menyerahkan hak milik atas sesuatu barang dan pihak barang yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan atau disepakati oleh kedua belah pihak.²¹

Menurut Syafi'iyah definisi jual beli sebagai berikut: “Jual beli menurut syara’ adalah tukar menukar harta dengan harta atau tukar menukar harta dengan syarat yang akan diuraikan nanti untuk memperoleh kepemilikan atas benda atau manfaat untuk waktu selamanya²².

b. Rukun Jual Beli

Seluruh rukun serta syarat dalam jual beli harus dipenuhi agar jual beli dapat dipandang shahih. Jual beli sebagai perbuatan hukum yang memiliki akibat terjadinya peralihan hak atas suatu barang dari pihak penjual ke pihak pembeli maka harus memenuhi rukun dan syarat-syarat tertentu.²³

Perjanjian jual beli sebagai perbuatan hukum yang mempunyai konsekuensi terjadinya peralihan hak atas suatu barang dari pihak penjual kepada

¹⁸Salim H.S, *Hukum Kontrak Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak* (Jakarta: Sinar Grafika, 2023), h. 49.

¹⁹Suhrawardi K. Lubis dan Farid Wajdi, *Hukum Ekonomi Islam* (Jakarta Timur: Sinar Grafika, 2020), h. 139.

²⁰Abdul Aziz Muhammad Azam, *Fiqh Muamalat Sistem Transaksi dalam Islam*, (Jakarta: AMZAH, 2020), h. 23.

²¹Imam Mustofa, *Fiqh Muamalah Kontemporer* (Jakarta: Rajawali, 2020)

²²Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Amzah, 2020), h. 176

²³ Syaikh, Ariyadi, and Norwili, *FIKIH MUAMALAH*. Yogyakarta : Penerbit K-Media, 2020.

pihak pembeli, maka dengan sendirinya dalam perbuatan hukum ini haruslah dipenuhi rukun-rukun dan syarat-syarat tertentu. Para ulama fiqih telah sepakat bahwa, jual beli merupakan suatu bentuk akad atas harta. Adapun rukun jual beli adalah sebagai berikut:

- 1) Orang yang berakad (penjual dan pembeli)
- 2) Nilai tukar barang (uang) dan barang yang dibeli
- 3) Shigat (Ijab qabul).

Transaksi jual beli harus memenuhi rukun-rukun ini. Jika salah satu rukunnya tidak terpenuhi, maka tidak dapat dikategorikan sebagai perbuatan jual beli. Dari paparan di atas dapat diketahui bahwa rukun yang terdapat dalam transaksi jual beli ada tiga, yaitu penjual dan pembeli, barang yang dijual dan nilai tukar sebagai alat membeli, dan ijab qabul atau serah terima.²⁴

c. Syarat Jual Beli

Adapun syarat sahnya jual beli menurut jumhur ulama, sesuai dengan rukun jual beli yaitu terkait dengan subjeknya, objeknya dan ijab qabul. Selain memiliki rukun, al-bai' juga memiliki syarat. Adapun yang menjadi syarat-syarat jual beli adalah sebagai berikut:

Pertama tentang subjeknya, yaitu kedua belah pihak yang melakukan perjanjian jual beli (penjual dan pembeli) disyaratkan:

- 1) Berakal sehat

Maksudnya, harus dalam keadaan tidak gila, dan sehat rohaninya.

- 2) Dengan kehendaknya sendiri (tanpa paksaan)

²⁴Umi Hani, *Fiqih Muamalah* (Banjarmasin: Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari, 2021), h.44

Maksudnya, bahwa dalam melakukan perbuatan jual beli salah satu pihak tidak melakukan tekanan atau paksaan atas pihak lain, sehingga pihak lain tersebut melakukan perbuatan jual beli bukan disebabkan kemauan sendiri, tapi ada unsur paksaan. Jual beli yang dilakukan bukan atas dasar kehendak sendiri tidak sah.

3) Kedua belah pihak tidak mubadzir

Keadaan tidak mubadzir, maksudnya pihak yang mengikatkan diri dalam perjanjian jual beli bukanlah manusia yang boros (mubadzir). Sebab orang yang boros di dalam hukum dikategorikan sebagai orang yang tidak cakap bertindak. Maksudnya, dia tidak dapat melakukan sendiri sesuatu perbuatan hukum walaupun kepentingan hukum itu menyangkut kepentingannya sendiri.²⁵

4) Baligh atau Dewasa

Baligh atau dewasa menurut hukum Islam adalah apabila laki-laki telah berumur 15 tahun, atau telah bermimpi (bagi laki-laki) dan haid (bagi perempuan). Namun demikian, bagi anak-anak yang sudah dapat membedakan mana yang baik dan mana yang buruk, tetapi belum dewasa (belum mencapai umur 15 tahun dan belum bermimpi atau haid), menurut pendapat sebagian ulama diperbolehkan melakukan perbuatan jual beli, khususnya barang-barang kecil yang tidak bernilai tinggi.

Kedua, tentang objeknya. Yang dimaksud objek jual beli adalah benda yang menjadi sebab terjadinya perjanjian jual beli. Benda tersebut harus memenuhi syarat-syarat:

²⁵ 'Jurnal Curiositas Edisi VII Vol.1, PENGEMBANGAN EKONOMI: USAHA MEMBERDAYAKAN PELAKU EKONOMI KECIL DAN MENENGAH ZAINAL SAID'.

1) Suci barangnya

Maksudnya, barang yang diperjualbelikan bukanlah benda yang dikualifikasi sebagai benda najis, atau digolongkan sebagai benda yang diharamkan. Jadi tidak semua barang dapat diperjual belikan.

2) Dapat di manfaatkan

Pengertian barang yang dapat dimanfaatkan tentunya sangat relatif, sebab pada hakikatnya seluruh barang yang dijadikan sebagai objek jual beli merupakan barang yang dapat dimanfaatkan, seperti untuk dikonsumsi, (beras, buah-buahan, dll), dinikmati keindahannya (perabot rumah, bunga, dll.) dinikmati suaranya (radio, TV, burung, dll.) serta dipergunakan untuk keperluan yang bermanfaat seperti kendaraan, anjing pelacak, dll.

3) Milik orang yang melakukan akad

Maksudnya, bahwa orang yang melakukan perjanjian jual beli adalah pemilik sah barang tersebut atau telah mendapat izin dari pemilik sah barang. Jual beli barang yang dilakukan oleh orang yang bukan pemilik atau yang berhak berdasarkan kuasa pemilik tidak sah.

4) Mampu menyerahka

Maksudnya, penjual baik sebagai pemilik maupun sebagai kuasa dapat menyerahkan barang yang dijadikan sebagai objek jual beli dengan bentuk dan jumlah yang diperjanjikan pada waktu penyerahan barang kepada pembeli.

5) Mengetahui

Maksudnya, melihat sendiri keadaan barang baik mengenai hitungan, takaran, timbangan atau kualitasnya. Apabila dalam suatu jual beli keadaan

barang dan jumlah harganya tidak diketahui, maka perjanjian jual beli itu tidak sah. Sebab bisa jadi perjanjian tersebut mengandung unsur penipuan.

6) Barang yang diakadkan di tangan

Menyangkut perjanjian jual beli atas sesuatu barang yang belum di tangan (tidak berada dalam penguasaan penjual) dilarang sebab bisa jadi barang tersebut rusak atau tidak dapat diserahkan sebagaimana telah diperjanjikan.

Ketiga, lafadz atau ijab qabul. Ijab adalah pernyataan pihak pertama mengenai isi perikatan yang diinginkan. Sedang qabul adalah pernyataan pihak kedua untuk menerimanya. Ijab qabul itu diadakan dengan maksud untuk menunjukkan adanya suka rela timbal balik terhadap perikatan yang dilakukan oleh dua pihak yang bersangkutan. Sedangkan, suka sama suka itu tidak dapat diketahui dengan jelas kecuali dengan perkataan, karena perasaan suka itu bergantung hati masing-masing. Ini kebanyakan pendapat ulama. Tetapi beberapa ulama yang lain berpendapat, bahwa lafal itu tidak menjadi rukun, hanya menurut adat dan kebiasaan saja. Apabila menurut adat, bahwa hal yang seperti itu sudah dianggap sebagai jual beli, itu saja sudah cukup, karena tidak ada suatu dalil yang jelas untuk mewajibkan lafal. Menurut ulama yang mewajibkan lafal, lafal itu diwajibkan memenuhi beberapa syarat, yaitu sebagai berikut:

- 1) Keadaan ijab dan qabul berhubungan. Artinya salah satu dari keduanya pantas menjadi jawaban dari yang lain dan belum berselang lama.
- 2) Makna keduanya hendaklah sama walaupun lafal keduanya berlainan.
- 3) Keduanya tidak disangkutkan dengan urusan yang lain, seperti katanya, “kalau saya pergi, saya jual barang ini sekian”.

- 4) Tidak berwaktu, sebab jual beli berwaktu, seperti sebulan atau setahun tidak sah.²⁶

d. Jual Beli yang Dilarang

Jual beli yang dilarang dan batal hukumnya adalah sebagai berikut yaitu:

- 1) Barang yang dihukumkan najis oleh agama, seperti anjing, babi, berhala, bangkai dan khamar, Rasulullah SAW. bersabda: “sesungguhnya Allah dan Rasul-Nya telah mengharamkan menjual arak, bangkai, babi dan berhala” (Riwayat Bukhari dan Muslim).
- 2) Jual beli sperma (mani) hewan, seperti mengawini seekor domba jantan dengan betina, agar dapat memperoleh turunan, jual beli ini haram hukumnya karena Rasulullah SAW. bersabda: “Dari Ibnu Umar RA, berkata; Rasulullah SAW. telah melarang menjual mani binatang” (Riwayat Bukhari).
- 3) Jual beli anak binatang yang masih berada dalam perut induknya, jual beli seperti ini dilarang, karena barangnya belum ada dan tidak tampak. Rasulullah SAW. bersabda: “Dari Ibnu Umar RA, Rasulullah SAW. telah melarang penjualan sesuatu yang masih dalam kandungan induknya” (Riwayat Bukhari dan Muslim).
- 4) Jual beli dengan mubaqallah, baqalab mempunyai arti tanah, sawah dan kebun, maksud dari mubaqallah adalah menjual tanam-tanaman yang masih di lading atau di sawah, hal ini tentunya dilarang oleh agama, sebab ada persangkaan riba di dalamnya.

²⁶Syaikh, *Fikih Muamalah Memahami Konsep Dan Dialektika Kontemporer* (Yogyakarta: K-Media, 2020), h.51-52.

- 5) Jual beli dengan mukhadharah, yaitu menjual buahbuahan yang belum pantas untuk dipanen, seperti menjual rambutan yang masih hijau, manga yang masih kecil-kecil dan yang lainnya. Hal ini dilarang karena barang tersebut masih samar, dalam artian mungkin saja buah tersebut jatuh tertiuip angin kencang atau yang lainnya, sebelum diambil oleh si pembelinya.
- 6) Jual beli dengan muammasab, yaitu jual beli secara sentuh menyentuh, misalkan seseorang menyentuh sehelai kain dengan tangannya di waktu malam atau siang hari, maka orang yang menyentuh berate telah membeli kain tersebut. Hal ini dilarang karena mengandung tipuan dan kemungkinan kerugian bagi salah satu pihak.
- 7) Jual beli munabadzab, yaitu jual beli secara lempar melempar, seperti seseorang berkata;”lemparkanlah kepadaku apa yang ada padamu, nanti kulemparkan pula kepadamu apa yang ada padaku setelah terjadi lempar-melempar, maka terjadilah jual beli, hal ini dilarang karena mengandung tipuan dan tidak ada ijab dan kabul.
- 8) Jual beli dengan muzabanab, yaitu menjual buah yang basah dengan buah yang kering, seperti menjual padi kering dengan bayarannya padi yang basah, sedangkan ukurannya dengan dikilo, maka akan merugikan pemilik padi kering.
- 9) Menentukan dua harga untuk satu barang yang diperjualbelikan.
- 10) Jual beli dengan syarat (*iwadh mabjul*), jual beli seperti ini hampir sama dengan jual beli dengan menentukan dua harga, hanya saja di sini dianggap sebagai syarat, seperti seseorang berkata: “aku jual rumahku yang buntut ini kepadamu dengan syarat kamu mau menjual mobilmu padaku”, lebih

jelasnya jual beli ini sama dengan jual beli dengan dua harga arti yang kedua menurut al-Syafi'i.

- 11) Jual beli gharar, yaitu jual beli yang samar sehingga kemungkinan adanya penipuan, seperti penjualan ikan yang masih di kolam atau menjual kacang tanah yang atasnya kelihatan bagus tapi di bawahnya jelek. Penjualan seperti ini dilarang, karena Rasulullah SAW. bersabda: "Janganlah kamu membeli ikan di dalam air, karena jual beli seperti itu termasuk gharar, alias nipu" (Riwayat Ahmad).
- 12) Jual beli dengan mengecualikan sebagian dari benda yang dijual, seperti seseorang menjual sesuatu dari benda itu ada yang dikecualikan salah satu bagiannya, misalnya A menjual seluruh pohon-pohonan yang ada dikebunnya, kecuali pohon pisang, maka jual beli ini sah, sebab yang dikecualikannya jelas. Tapi bila yang dikecualikannya tidak jelas (majbul), maka jual beli tersebut batal.
- 13) Larangan menjual makanan sehingga dua kali ditakar, hal ini menunjukkan kurang saling mempercayainya antara penjual dan pembeli, juhmur ulama berpendapat bahwa seseorang yang membeli sesuatu dengan takaran dan telah diterimanya, kemudian ia jual kembali, maka ia tidak boleh menyerahkan kepada pembeli kedua dengan takaran yang pertama, sehingga ia harus menakarnya lagi untuk pembeli yang kedua itu. Rasulullah SAW. melarang jual beli makanan yang dua kali ditakar, dengan takaran penjual

dengan takaran penjual dengan takaran pembeli (Riwayat Ibnu Majah dan Daruquthni).²⁷

e. Macam-macam Jual Beli

Jual beli dapat ditinjau dari beberapa segi. Ditinjau dari segi hukumnya, jual beli ada dua macam, jual beli yang sah menurut hukum dan jual beli yang batal menurut hukum, dari segi obyek jual beli dan segi pelaku jual beli. Sedangkan ditinjau dari segi benda yang dijadikan objek jual beli dapat dikemukakan pendapat Imam Taqqiyuddin bahwa jual beli dibagi menjadi tiga bentuk, yaitu:

- 1) Jual beli benda yang kelihatan
- 2) Jual beli benda yang hanya disebutkan sifat-sifatnya dalam janji
- 3) Jual beli benda yang tidak sah.²⁸

Jual beli benda yang kelihatan wujudnya ialah pada waktu melakukan akad jual beli benda atau barang yang diperjualbelikan tersebut ada ditempat akad. Hal ini lazim dilakukan masyarakat banyak dan boleh dilakukan, seperti membeli beras dipasar. Jual beli benda yang disebutkan sifat-sifatnya dalam perjanjian ialah jual beli Salām (pesanan). Menurut kebiasaan para pedagang, Salām adalah untuk jual beli tidak tunai (kontan), Salām pada awalnya berarti meminjamkan barang atau sesuatu yang seimbang dengan harga tertentu, maksudnya ialah perjanjian yang penyerahan barang-barangnya ditangguhkan hingga masa tertentu, sebagai imbalan harga yang telah ditetapkan ketika akad. Sedangkan, jual beli yang tidak ada serta tidak dapat dilihat ialah jual beli yang dilarang oleh agama Islam karena, barangnya

²⁷Dita Dwi Lestari, “Pandangan Hukum Islam Atas Penjualan Kosmetik Dengan Sistem Share In Jar Di Toko Kosmetik Cantiqcute Purwokerto”, Skripsi (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2020), 30

²⁸Tri Hastuti, “Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Kosmetik Waterproof (Studi di Siger Beauty Bandar Lampung)”, Skripsi (UIN Raden Intan Lampung, 2020), 28-29

tidak tentu atau masih gelap sehingga dikhawatirkan barang tersebut diperoleh dari curian atau barang titipan yang akibatnya dapat menimbulkan kerugian salah satu pihak.²⁹

Ditinjau dari segi akid (orang yang melakukan akad atau subyek), jual beli terbagi menjadi tiga bagian, dengan lisan, dengan perantara, dan dengan perbuatan. Akad jual beli yang dilakukan dengan lisan adalah akad yang dilakukan oleh kebanyakan orang. Hal yang dipandang dalam akad adalah maksud atau kehendak dan pengertian, bukan pembicaraan dan pernyataan. Penyampaian akad jual beli melalui utusan, perantara, tulisan, atau surat-menyurat sama halnya dengan ijab qabul dengan ucapan. Ada macam-macam jual beli dengan menyebutkan sifat dan jenis-jenisnya dan secara pesanan (Inden), yaitu:

1) Jual Beli Salām (Bai' as-Salām)

Secara Bahasa artinya adalah Salaf, baik ditinjau dari fi'iliyyah maupun wazan maknanya. Penamaan akad ini dengan istilah Salām, yang memiliki arti etimologis “segera” (isti'jal), karena akad Salām mengharuskan kesegeraan pembayaran (ra's al-mal) di majlis akad. Sedangkan penamaan dengan istilah Salaf, yang memiliki arti etimologis “dahulu” (sabi'q), karena sistem pembayaran akad Salām harus didahulukan dari penerimaan barang (muslam fih).

Adapun Salām secara terminologi adalah transaksi terhadap sesuatu yang dijelaskan sifatnya dalam tanggungan dalam suatu tempo dengan harga yang diberikan kontan di tempat transaksi. Sedangkan para fuqaha' mendefinisikannya sebagai transaksi atau suatu barang dengan kriteria tertentu yang berada dalam jaminan penjual dan diberikan dikemudian hari namun dengan harga tunai yang

²⁹Rahmat Hidayat, *Pengantar Fikih Muamalah* (Medan: Universitas Islam Negeri Surabaya, 2020), h. 27-28.

diterima ditempat transaksi. Jual beli jenis ini dibolehkan oleh syariat, meskipun barang yang dijual masih belum terwujud pada saat akad. Dalil yang menunjukkan bahwa jual beli ini syar'i (Sesuai dengan syariat) ialah nash. Imam ash-Shadiq a.s berkata, "Tidak apa-apa jual beli "as-Salām " jika engkau terangkan sifat-sifat barang yang engkau jual, panjang dan lebarnya, dan pada hewan jika engkau jelaskan (sifat) gigi-gigiya. Akad Salām merupakan transaksi yang kronologi penamaannya terkait erat dengan substansi akad, yakni keharusan serah terima ra's al-mal (modal Salām) terlebih dahulu dimajlis sebelum serah terima barang (Muslim fyh). Termasuk aturan dalam Salām adalah jika barang yang dijual dengan cara Salām tidak didapatkan saat jatuh tempo, seperti orang yang menjual buah tertentu dengan cara Salām , tapi ternyata pohonnya tidak berbuah tahun itu, maka orang yang berhak mendapatkan buah tersebut harus bersabar hingga barang yang dibelinya ada dan memintanya. Atau boleh juga memilih untuk membatalkan Salām dan mengambil modalnya kembali. Sebab bila suatu akad dihapus, apa yang telah dibayarkan harus dikembalikan ke pemiliknya. Kalau apa yang dibayarkan itu ternyata tidak ada lagi (habis atau musnah), maka ia diberi gantinya. Perbedaan Salām dan akad jual beli ada beberapa hal memiliki perbedaan yaitu sebagai berikut:

- a) Menurut Hanafiyah, Ra's al-mal tidak boleh diganti sebelum serah terima dengan penjual (muslim ilyh), serah terima ra'sul mal merupakan syarat bagi sah-nya akad Salām . Berbeda dengan jual beli, harga bisa diganti jika berupa hutang, dan tidak harus diserahkan waktu akad. Untuk muslim fyh tidak boleh ada penggantinya, begitu juga dengan objek akad jual beli yang telah disepakati. Jika muslim melakukan pembatalan atas sebagian

kontrak, dengan mengambil sebagian Ra"s al-maldan muslim fyh, maka diperbolehkan menurut mayoritas ulama. Begitu juga dalam akad jual beli.

- b) Penjual (muslim ilyh) tidak diperbolehkan meminta muslim untuk lepas dari ra"sul mal tanpa persetujuannya, jika muslim setuju, maka akad Salām batal. Serah terima ra"sul maal merupakan syarat syahnya akad Salām , berbeda dengan serah terima harga dalam jual beli. Sebaliknya, dalam akad Salām muslim boleh melakukan ibra" atas muslim fyh, tidak dalam jual beli, objek akad harus diserahkan.
- c) Muslim boleh melakukan hawalah, kafalah dan rahn atas Ra"s al-mal, begitu juga muslim ilyh atas muslim fiyh. Dengan catatan, ra"sul mal harus diserahkan muhal alyh (pihak yang menerima pengalihan piutang dari muhil), kafil orang yang menanggung pekerjaan), rahin (orang yang memberikan jaminan) pada saat melakukan akad.

Pensyariatan Salām sesuai dengan tuntutan syariat dan selaras dengan kaidah-kaidahnya. Di dalamnya tidak ada pertentangan dengan qiyas. Sebagaimana boleh menangguhkan penukar dalam jual beli, boleh pula menangguhkan barang yang dijual dalam Salām, tanpa ada perbedaan di antara keduanya. Dalam surat Al-Baqaroh dijelaskan bahwa apabila melakukan utang piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Yang dimaksud dengan utang adalah apa yang ditangguhkan dari harta-harta yang dijamin dalam tanggungan. Apabila barang yang dijual dideskripsikan, diketahui, dan dijamin dalam tanggungan, dan pembeli yakin bahwa penjual akan menunaikan barang tersebut ketika batas waktu yang ditentukan tiba, maka

barang tersebut adalah utang yang boleh di tangguhkan pembayarannya dan dicakup oleh ayat ini, sebagaimana dikatakan oleh Ibnu Abbas r.a.

2) Jual Beli Istiṣna' (Bai' Al-Istiṣna')

Istiṣna' adalah bentuk transaksi yang menyerupai jual beli Salām jika ditinjau dari sisi bahwa obyek (barang) yang dijual belum ada. Barang yang akan dibuat sifatnya mengikat dalam tanggungan pembuatan (penjual) saat terjadi transaksi. Istiṣna' secara etimologi adalah mashdar dari Istiṣna'a asy-syai'', artinya meminta membuat sesuatu. Yakni meminta kepada seseorang pembuat untuk mengerjakan sesuatu. Adapun Istiṣna' secara terminologi adalah transaksi terhadap barang dagangan dalam tanggungan yang disyaratkan untuk mengerjakannya. Obyek transaksinya adalah barang yang harus dikerjakan dan pekerjaan pembuatan barang itu.

Dalam kitab al-Mishbaah al-Muniir, Mukhtaar ash-Shihaah dan al-Muhiith disebutkan bahwa secara bahasa Istiṣna' berarti thalabus shun''ah (meminta dibuahkan barang). Maksud pembuatan barang disini adalah perbuatan yang dilakukan oleh seseorang dalam membuat barang atau dalam pekerjaannya. Dalam istilah fuqaha, Istiṣna' didefinisikan sebagai akad meminta seseorang untuk membuat sebuah barang tertentu dalam bentuk tertentu. Dapat diartikan sebagai akad yang dilakukan dengan seseorang untuk membuat barang tertentu dalam tanggungan. Maksudnya, akad tersebut merupakan akad membeli sesuatu yang akan dibuat oleh seseorang. Atau bahwa kebutuhan masyarakat untuk memperoleh sesuatu, sering memerlukan pihak lain untuk membuatnya, dan hal seperti itu dapat dilakukan melalui jual beli Istiṣna' (الاستصناع), (yaitu akad jual beli dalam bentuk pemesanan pembuatan barang tertentu dengan kriteria

dan persyaratan tertentu yang disepakati antara pemesan (pembeli) dan penjual (pembuat).

Dalam Istiṣna' bahan baku dan pembuatan dari pengrajin. Sebagian fuqaha berpendapat bahwa obyek akad adalah pekerjaan pembuatan barang saja, karena Istiṣna' adalah permintaan pembuatan barang sehingga bentuknya adalah pekerjaan bukan barang. Akad Istiṣna' tercapai dengan terjadinya ijab dan qabul dari pemesan dan pengrajin. Pembeli disebut dengan pemesan, sedangkan penjual disebut pengrajin dan barang yang dibuat disebut barang pesanan. Misalnya, jika dua orang sepakat untuk membuat sepatu, wadah, pakaian, perkakas rumah tangga dan sebagainya. Akad ini menyerupai akad Salām (membeli barang dalam tanggungan dengan harga kontan), karena akad ini merupakan jual beli barang yang tidak ada saat akad.

Dalam akad ditetapkan bahwa barang di pesan berada dalam tanggungan pembuat (penjual). Akan tetapi, akad Istiṣna' memiliki perbedaan dengan akad Salām dari sisi ketidakharusan penyerahan harga barang (modal) secara kontan, penjelasan masa pembuatan ataupun waktu penyerahan. Begitu pula tidak disyaratkan bahwa barang yang dipesan merupakan salah satu barang yang dapat dijumpai dipasar. Mazhab Hanafi menyatakan bahwa akad Istiṣna' adalah akad jual beli terhadap barang pesanan, bukan terhadap pekerjaan pembuatan. Akad ini bukan janji atau akad Ijarah atas pekerjaan. Jadi, jika pengrajin memberikan barang yang tidak dibuat sendiri olehnya, atau barang tersebut ia buat sebelum terjadinya akad tapi sesuai dengan bentuk yang diminta, maka akad atas barang tersebut adalah dibenarkan.

Abu Said al-Barada'i mengatakan bahwa objek akad (ma'quud alyh) adalah pekerjaan atau proses pembuatan, karena makna Istisna' adalah meminta pembuatan, sehingga merupakan pekerjaan. Pendapat yang kuat dalam ijtiha mazdhab Hanafi adalah bahwa objek akad adalah barang yang dibuat, bukan pekerjaan pembuatannya. Jika pembuat barang mendatangkan barang yang diminta sesuai dengan bentuk yang disyaratkan lalu orang yang memesan barang tersebut adalah sah. Hal itu baik barang atau yang diberikan tersebut bukan merupakan hasil kerjaan pengrajin ataupun buatannya tapi dibuat sebelum terjadinya akad. Namun, jika objek akad Istisna' ini pekerjaan pembuatan, maka hal itu tidak dibolehkan.

Al-Kasani berkata: "jika dalam akad itu disyaratkan adanya pembuatan maka tidak boleh, karena syarat tersebut kerjaan yang terjadi di masa datang dan masa lalu. Pendapat yang benar adalah objek akad adalah barang tapi disyaratkan didalamnya adanya proses pembuatan, karena makna Istisna' adalah meminta pembuatan barang, sehingga akad yang tidak disyaratkan adanya pembuatan maka tidak dapat disebut sebagai Istisna'. Nama akad ini merupakan bukti atas hal itu. Begitu pula, akad atas barang dalam tanggungan dinamakan akad Salām, sedangkan akad ini dinamakan akad Istisna'.

Secara hukum asal, perbedaan nama menunjukkan perbedaan makna. Adapun jika pengrajin (pembuat) mendatangkan barang yang diminta tapi dibuatnya sebelum terjadinya akad lalu pemesan menerima barang tersebut, maka akad ini sah bukan dengan akad awal tapi dengan akad lain, yaitu adanya penyerahan dengan kerelaan masing-masing pihak. Landasan hukumnya, para ulama Hanafiyah berpendapat bahwa jika didasarkan pada qiyas dan kaidah

umum, maka akad Istiṣna' tidak boleh dilakukan, karena akad ini mengandung jual beli barang yang tidak ada seperti akad Salām. Jual beli barang yang tidak ada adalah tidak dibolehkan berdasarkan larangan Nabi Saw untuk tidak menjual sesuatu yang tidak dimiliki oleh seseorang. Oleh karena itu, akad ini tidak dapat dikatakan sebagai jual beli, karena merupakan jual beli barang yang tidak ada. Semua akad ini tidak sah. Pendapat ini diambil pula oleh Zufar, Malik, Syafi'i dan Ahmad. Namun demikian, para ulama tersebut membolehkan akad Istiṣna' ini dengan menyamakannya dengan akad Salām.

Dalam akad Istiṣna' disyaratkan seluruh syarat yang ada dalam akad Salām. Di antara syarat utamanya adalah menyerahkan seluruh harga barang dalam majelis akad. Ulama Malikiyyah membolehkan penundaan penyerahan harga hingga satu atau dua hari. Mereka juga menyatakan bahwa harus ditentukan waktu penyerahan barang pesanan sebagaimana dalam akad Salām, jika tidak maka akad itu menjadi rusak. Selain itu, mereka juga mensyaratkan tidak boleh menentukan pembuat barang atau barang yang dibuat. Begitu juga syarat-syarat akad Salām yang lainnya. Dengan demikian, akad Istiṣna' dianggap tidak sah dan batal jika terjadi tiga hal, yaitu tidak ditentukannya waktu penyerahan barang yang dipesan, menentukan pekerja yang membuatnya, dan menentukan barang yang dibuat. Karena kalau ditentukan, maka barang tersebut menjadi tertentu dan tidak lagi barang dalam tanggungan, padahal salah satu syarat akad Salām dan juga akad Istiṣna' adalah barang yang dipesan harus barang tidak yang berada dalam tanggungan. Namun, menurut ulama Syafi'iyah, itu adalah sah, baik waktu penyerahan yang ditentukan maupun tidak, yaitu dengan melakukan

akad Salām dengan penyerahan secara langsung ditempat akad. Akad secara kontan seperti ini adalah sah menurut mereka.

Para ulama Hanafiyah berpendapat bahwa akad Istiṣna' boleh berdasarkan dalil Istiṣna' yang ditunjukkan dengan kebiasaan masyarakat melakukan akad ini sepanjang masa tanpa ada yang mengingkarinya, sehingga menjadi ijma tanpa ada yang menolaknya.³⁰

f. Prinsip-Prinsip jual beli

Al-Qur`an sebagai pedoman umat muslim menyediakan prinsip-prinsip yang mengatur aspek kehidupan umat muslim, termasuk dalam ekonomi dan praktik jual beli sebagai salah satu interaksi muamalah yang juga dilandasi dengan nilai-nilai islam dengan tujuan menciptakan keadilan dan keseimbangan untuk pihak yang terkait. Adapun prinsip-prinsip dalam jual beli yang diajarkan dalam Al-Qur`an antara lain:

- 1) Prinsip keadilan al-'adl Dalam prinsip keadilan al-'adl, kedua belah pihak penjual dan pembeli wajib saling menghormati dengan cara yang benar, sambil menjauhi segala bentuk kecurangan, tipu muslihat.
- 2) Prinsip kejujuran ash-shidq adalah Prinsip kejujuran (ash-shidq) mewajibkan penjual untuk menyampaikan data yang akurat dan terbuka seputar produk yang ditawarkan, mencakup aspek kualitas, jumlah, serta harga.
- 3) Prinsip kerelaan ar-ridha adalah Prinsip kerelaan (ar-ridha) menuntut agar transaksi jual beli berlangsung atas dasar kesepakatan sukarela dari kedua pihak, tanpa adanya paksaan atau tekanan dari siapa pun.

³⁰Holilur Rohman, *Hukum Jual Beli Online* (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2020), h.11-12

- 4) Prinsip pemanfaatan al-manfa'ah adalah Berdasarkan prinsip kemanfaatan (al-manfa'ah), produk atau jasa yang ditransaksikan wajib bermanfaat bagi penerimanya dan tidak boleh mencakup bahan-bahan yang diharamkan dalam Islam, misalnya alkohol, narkoba, atau barang terlarang serupa.
- 5) Prinsip persaudaraan al-ukhuwwah adalah Prinsip persaudaraan (al-ukhuwwah) mengharuskan transaksi jual beli dijalankan dengan semangat kekeluargaan dan saling membantu, bukan hanya demi keuntungan pribadi semata.
- 6) Prinsip tanggung jawab al-mas'uliyah Berdasarkan prinsip tanggung jawab (al-mas'uliyah), kedua pihak dalam transaksi wajib bertanggung jawab penuh atas apa yang mereka sepakati, mencakup aspek hukum dan nilai moral.³¹

Berdasarkan prinsip-prinsip jual beli diatas, Prinsip kejujuran dan prinsip pemanfaatan sangat penting dalam praktik jual beli skincare *share in jar* karena kejujuran dalam usaha serta manfaat bagi pembeli saling berkaitan satu sama lain. Penerapan prinsip kejujuran dalam transaksi jual beli dapat dilakukan dengan memberikan informasi yang menyeluruh secara objektif, benar dan apa adanya prinsip kejujuran ini di tegaskan dalam firman Allah SWT. QS Al-Anfal (8):27 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمْنَتَكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ٢٧

³¹ Kholid Albar, Rahman Ambo Masse, and Muslim H. Kara, 'Nilai-Nilai Etika Jual Beli Dalam Al-Qur'an Dan Kontribusinya Bagi Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan', *Al-Mada : Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 8.1 (2025), pp. 130–41 journal.uac.ac.id/index.php/almaa/.

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul serta janganlah kamu mengkhianati amanat yang dipercayakan kepadamu, sedangkan kamu mengetahui”³²

Ayat di atas menjelaskan bahwa selain benar dan memegang amanat, seorang pedagang harus berlaku jujur dengan cara menjelaskan produk atau barang yang di jual kepada pembeli dan adapun prinsip pemanfaatannya juga di tegaskan dalam firman Allah SWT dalam QS. An-Nisa’: 29

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

“Wahai orang-orang yang beriman Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”³³

Ayat ini menegaskan bahwa kegiatan jual beli dalam Islam harus berlandaskan kejujuran, kerelaan, dan tidak mengandung unsur kebatilan (gharar, penipuan, atau kecurangan informasi). Prinsip ini relevan dengan praktik penjualan skincare share in jar tanpa label BPOM karena potensi kerugian konsumen tinggi.

g. *Share In Jar*

1) *Pengertian Share In Jar*

Sistem *share in jar* merupakan model perdagangan yang dilakukan dengan cara mengemas botol-botol kecil dan membagi (*share*) si sebuah produk ke dalam (*in*)

³² Muhammad Nizar, ‘Prinsip Kejujuran Dalam Perdagangan Versi Islam’, 4.1 (2022)

³³ Nasya Berliana, ‘QS. An-Nisa’ Ayat 29 : Etika Jual Beli Di Pasa Tradisional’, *JAHE : Jurnal Ayat Dan Hadits Ekonomi*, 1.1 (2023), pp. 68–72.

beberapa kontainer kecil (*jar*) kemudian ditandai dengan label untuk menunjukkan jenis produk. Sistem ini memberikan kesempatan kepada pembeli yang ingin mencoba suatu contoh kosmetik untuk memastikan kecocokan produk yang akan dibeli dengan harga yang lebih murah serta dalam kemasan kontainer (*share in jar*). Contohnya 100 ml *foundation* dibagi ke 5 wadah dengan isi 20 ml tiap wadahnya.³⁴

Karena itu muncul istilah *share in jar* yaitu membagi isi sebuah produk ke dalam beberapa wadah kecil yang mempunyai harga yang jauh lebih murah dari ukuran yang aslinya. *Share in jar* diciptakan agar masyarakat dapat membeli dan mencoba produk tanpa harus membeli produk yang asli. Namun hampir semua produk *share in jar* tidak mengikuti standar yang benar, seperti tidak melakukan izin ke pihak merek, tidak melakukan pendaftaran izin edar, pengemasan yang seadanya, dan tidak mencantumkan informasi penting terkait produk secara lengkap. Hal itu termasuk suatu tindakan yang bertentangan dengan peraturan perundang-undangan. Faktor yang mempengaruhi munculnya produk kosmetik *share in jar* adalah, tingginya minat masyarakat terhadap produk kosmetik baru yang bermunculan tetapi masyarakat mengeluh tidak mampu untuk membeli dengan harga yang relatif mahal. Sehingga, mendorong banyak pelaku usaha untuk melakukan *share in jar* agar masyarakat mudah untuk mencoba banyak produk kosmetik baru dan menjadikan hal tersebut sebagai peluang usaha yang menjanjikan. Meskipun munculnya produk *share in jar* dapat membantu masyarakat dalam menggunakan kosmetik, produk *share in jar* sebetulnya merupakan produk yang dilarang untuk diperdagangkan. Hal tersebut dikarenakan produk *share in jar*

³⁴Nafa Amnu Rahma, Ahmad Hafidh, "Sistem Share In Jar Penjualan Online Pada Via Shop_234 Perspektif Hukum Ekonomi Syariah Dan Hukum Perlindungan Konsumen", AL-HAKIM Jurnal Ilmiah Mahasiswa, 3(2), (2021), 162.

yang tidak sesuai dengan standarisasi BPOM. Karena itulah sangat perlu adanya pengawasan dari BPOM yang mempunyai kewenangan untuk melakukan pengawasan atas peredaran kosmetik. Pengawasan itu dilakukan terhadap masih banyaknya produk *share in jar* yang beredar di masyarakat.³⁵

h. Manfaat Share In Jar

Produk *share in jar* mulai dilirik oleh wanita karena kemasannya yang bisa digunakan untuk *travel size*. Produk *skincare* yang dikemas ulang ini memang memudahkan wanita untuk dibawa kemanapun ditambah biasanya harganya juga cukup terjangkau. Berikut manfaat *share in jar* bagi konsumen:

1) Lebih murah

Karena kemasannya yang minimalis alias *travel size* membuat harga produk *skincare*-nya lebih murah. Cocok untuk konsumen yang baru mencoba memulai *skincare*. Jadi, tidak akan rugi jika tidak cocok digunakan.

2) Lebih praktis

Ukurannya yang kecil tentu membuatnya praktis dibawa pergi kemanapun karena tidak memakan tempat dan tidak berat.

3) Cocok untuk tester

Share in jar cocok untuk tester untuk kamu yang ingin mencoba produk *skincare*. Jika dirasa cocok, kamu bisa membeli produk *skincare* yang versi besar.

Selain kelebihan produk *share in jar*, terdapat pula kelemahannya antara lain:

1) Risiko produk palsu

³⁵Nafida Ika Apriliya, "Peran Bpom Atas Peredaran Kosmetik Dalam Bentuk *Share In Jar* Menurut Hukum Positif Indonesia", DINAMIKA, 28(2), (2022), 3676.

Meski memiliki kelebihan, produk skincare share in jar ini juga memiliki kekurangan mengingat produknya tidak dalam kemasan asli. Apalagi, jika kamu membeli produknya di *online shop*.

2) Risiko produk kadaluarsa

Walau memiliki beberapa keuntungan, tetapi menggunakan produk dari share in jar juga terdapat beberapa resiko. Salah satunya adalah kadaluarsa. Kita tidak dapat mengetahui apakah produk tersebut sudah melewati batas layak pakai atau tidak.

3) Higienitas diragukan

Pengemasan skincare di pabrik memiliki standar kebersihan yang ketat. Berbeda halnya di tangan penjual eceran yang belum tentu memenuhi standar kualitas yang baik. Sebab, tidak tahu bagaimana skincare dikemas, alat yang digunakan, ruangnya, dan penyimpanannya.

4) Produk terkena paparan udara

Beberapa kandungan skincare sangat rentan terhadap udara. Partikelnya bisa berubah dan memengaruhi kualitas sehingga efeknya tidak bekerja optimal. Risiko ini tidak bisa dihindari dalam proses mengemas ulang *skincare*.

C. Kerangka Konseptual

Penelitian ini berjudul “Penerapan prinsip kejujuran dan pemanfaatan terhadap praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare” untuk lebih memahami tentang penelitian ini maka penulis memberikan penjelasan dari beberapa kata agar mudah untuk dipahami.

1. **Jual Beli**

Jual beli adalah suatu perjanjian dengan mana pihak satu mengikat dirinya untuk menyerahkan hak milik atas sesuatu barang dan pihak barang yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan atau disepakati oleh kedua belah pihak.³⁶

2. **Skincare**

Skincare adalah serangkaian kegiatan atau produk yang digunakan untuk merawat kesehatan dan penampilan kulit, khususnya kulit wajah. Istilah ini berasal dari bahasa Inggris, yaitu “*skin*” yang berarti kulit dan “*care*” yang berarti perawatan. Jadi, *skincare* berarti perawatan kulit. *Skincare* bukan hanya soal kecantikan, tapi juga bagian dari menjaga kesehatan kulit secara menyeluruh. Konsistensi dalam penggunaan produk yang sesuai dengan jenis kulit sangat penting untuk mendapatkan hasil yang maksimal. *Skincare share in jar* adalah praktik menjual produk perawatan kulit dalam bentuk pecahan atau repack dari kemasan aslinya ke dalam wadah kecil, biasanya tanpa mencantumkan label resmi dari BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan). Praktik ini sering dilakukan untuk memberikan opsi pembelian dengan harga lebih murah atau sebagai sampel.

3. **Share In Jar**

Sistem *share in jar* merupakan model perdagangan yang dilakukan dengan cara mengemas botol-botol kecil dan membagi (*share*) si sebuah produk ke dalam (*in*) beberapa kontainer kecil (*jar*) kemudian ditandai dengan label untuk menunjukkan jenis produk. Sistem ini memberikan kesempatan kepada pembeli

³⁶Imam Mustofa, *Fiqh Muamalah Kontemporer* (Jakarta: Rajawali, 2020)

yang ingin mencoba suatu contoh kosmetik untuk memastikan kecocokan produk yang akan dibeli dengan harga yang lebih murah serta dalam kemasan kontainer (*share in jar*). Contohnya 100 ml *foundation* dibagi ke 5 wadah dengan isi 20 ml tiap wadahnya.³⁷

4. Prinsip Kejujuran Dan pemanfaatannya Dalam Hukum Islam

Dalam Islam, jual beli harus memenuhi prinsip-prinsip dasar seperti kejujuran dan pemanfaatan, dalam kehidupan Masyarakat yang beradab hendaknya dapat bersikap jujur karena dapat mendatangkan ketentraman hati menghilangkan rasa takut. perdagangan yang dilakukan dengan prinsip kejujuran dan bermanfaat yaitu didasarkan dengan system nilai yang bersumber pada agama islam dan aspek spiritual maka usaha perdagangan yang terjadi akan mendatangkan keuntungan dalam semua pihak yang terkait.

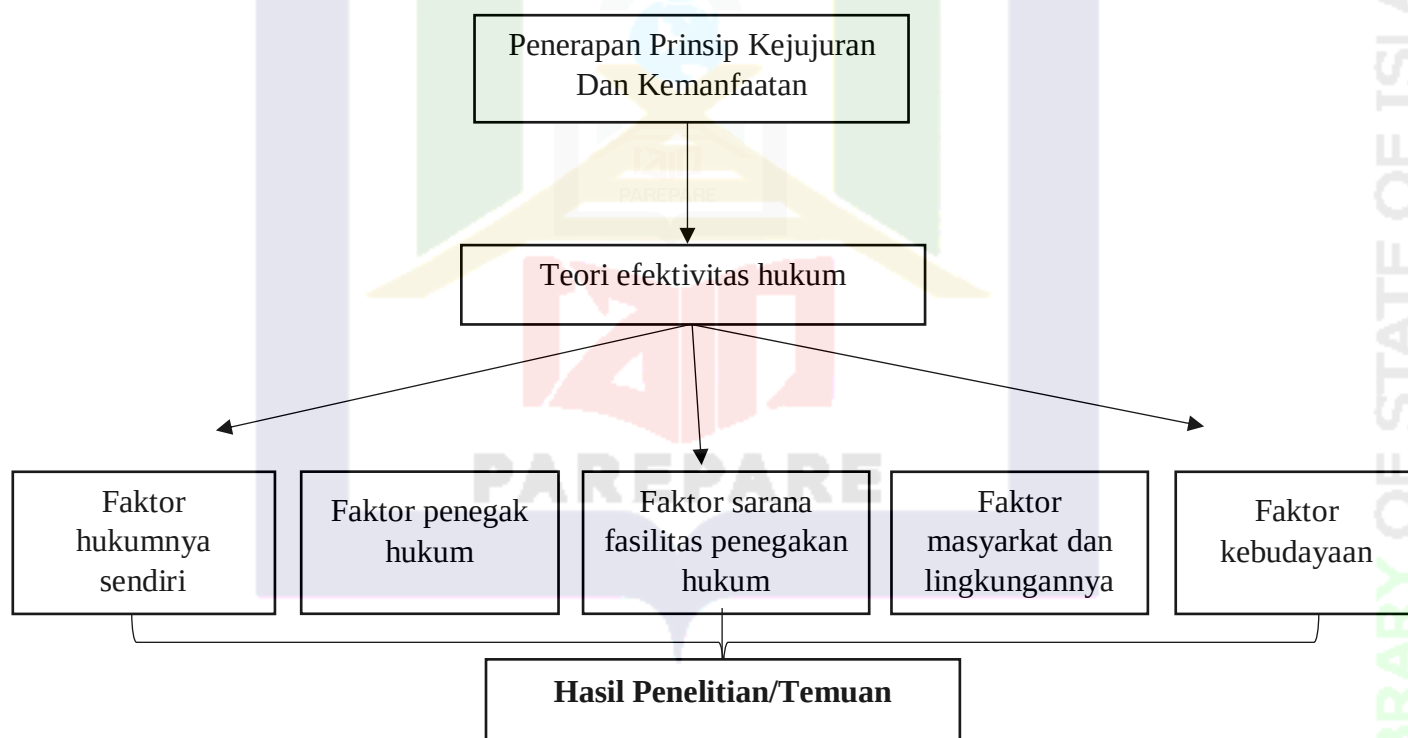
Praktik jual beli *skincare share in jar* tanpa label BPOM menimbulkan permasalahan dari segi hukum Islam, khususnya terkait dengan kejujuran dalam keamanan produk, dan potensi kerugian konsumen. Dalam Islam, transaksi jual beli harus dilakukan secara transparan, adil, dan tidak membahayakan salah satu pihak. Produk *skincare* yang tidak memiliki izin BPOM berpotensi mengandung bahan berbahaya dan tidak jelas asal-usul serta keamanannya, sehingga hal ini bertentangan dengan prinsip pemanfaatan bagi sesama manusia (*al-manfah*) dan larangan menjual barang yang merugikan. Dengan demikian, jual beli *skincare share in jar* tanpa label BPOM dapat dikategorikan sebagai praktik jual beli yang tidak sesuai dengan prinsip syariah, karena mengandung

³⁷Nafa Amnu Rahma, Ahmad Hafidh, “Sistem Share In Jar Penjualan Online Pada Via Shop_234 Perspektif Hukum Ekonomi Syariah Dan Hukum Perlindungan Konsumen”, AL-HAKIM Jurnal Ilmiah Mahasiswa, 3(2), (2021), 162.

unsur ke tidak jelas dan berisiko membahayakan kesehatan pengguna. Umat Islam hendaknya lebih selektif dan berhati-hati dalam melakukan transaksi, terutama yang berkaitan dengan produk-produk perawatan tubuh, demi menjaga keselamatan diri dan mematuhi ketentuan syariat.

D. Kerangka Berfikir

Sesuai dengan judul penelitian terkait penerapan prinsip keadilan dan pemanfaatan terhadap praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Senteral Lakessi Kota Parepare, maka peneliti membuat suatu bagan yang merupakan satu rangkaian konsep dasar dari judul yang telah diajukan. Adapun penjelasan dari bagan dibawah ini yaitu:



Gambar 2.1 Skema Bagan kerangka berfikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang mengungkap fakta, keadaan, fenomena, variabel dan keadaan yang terjadi saat penelitian berjalan dan menyuguhkan apa adanya dengan menggunakan kalimat. Kriteria data dalam penelitian kualitatif adalah data yang pasti atau data yang sebenarnya terjadi sebagaimana adanya yang mengandung makna. Metode penelitian ini digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna. Makna adalah data yang sebenarnya, data yang pasti yang merupakan suatu nilai dibalik data yang tampak. Oleh karena itu, dalam penelitian kualitatif tidak menekankan pada generalisasi, tetapi lebih menekankan pada makna.³⁸

Penelitian kualitatif sebagai metode ilmiah sering digunakan dan dilaksanakan oleh sekelompok peneliti dalam bidang ilmu sosial, termasuk juga ilmu pendidikan. Penelitian kualitatif dilaksanakan untuk membangun pengetahuan melalui pemahaman dan penemuan. Penelitian kualitatif merupakan suatu paradigma penelitian untuk mendeskripsikan peristiwa, perilaku orang atau sesuatu keadaan pada tempat secara rinci dalam suatu bentuk narasi. Selain itu penelitian kualitatif dilakukan karena peneliti ingin mengeksplor fenomena-fenomena yang tidak dapat

³⁸Rusnadi dan Muhammad Rusli, "Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif Dan Studi Kasus", Jurnal Pendidikan dan Studi Islam, 2(1), (2021), 3

dikuantifikasikan yang bersifat deskriptif seperti proses suatu langkah kerja formula suatu resep, pengertian-pengertian tentang suatu konsep yang beragam, gambar-gambar, gayagaya, tata cara suatu budaya dan lain sebagainya.³⁹ Menurut Sugiyono metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat yang digunakan untuk meneliti pada kondisi ilmiah (eksperimen) dimana peneliti sebagai instrumen, teknik pengumpulan data dan di analisis yang bersifat kualitatif lebih menekan pada makna.⁴⁰

Penelitian kualitatif deskriptif adalah penelitian yang tidak membuat perhitungan dengan bantuan perhitungan, karena penelitian kualitatif adalah penelitian yang memberikan gambaran faktual dan sistematis mengenai kondisi hubungan antara faktor, karakteristik dan fenomena yang diperuntukkan pada tugas pokoknya. Pendekatan kualitatif merupakan pendekatan yang bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami peneliti, seperti persepsi perilaku, minat, motivasi, tindakan melalui kata-kata dan uraian bahasa. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif karena ingin membuat gambaran mengenai tinjauan hukum Islam terhadap praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Pemilihan dan penetapan lokasi penelitian ini bertempat di Pasar Sentral

³⁹Satori Dan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung Alfabeta, 2013), h.2

⁴⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2020), h.213.

Lakessi Kota Parepare. Sedangkan penelitian ini dilakukan dengan jangka waktu kurang lebih 2 bulan sesuai kalender akademik. Dimana dalam waktu ini peneliti melakukan wawancara dan mengumpulkan dokumen-dokumen yang dibutuhkan peneliti untuk mendukung temuan penelitian.

C. Fokus Penelitian

Penelitian yang dilakukan untuk mengetahui bagaimana menganalisis praktik jual beli *skincare share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare serta menganalisis praktik jual beli *skincare share in jar* tanpa label BPOM menurut perspektif hukum Islam.

D. Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah semua keterangan yang diperoleh dari responden maupun yang berasal dari dokumen-dokumen maupun dalam bentuk lainnya guna keperluan pad penelitian tersebut. Sumber data dari penelitian ini adalah subjek dari mana data diperoleh dan segala sesuatu yang berkaitan dengan penelitian tersebut, maka sumber data yang terdapat di daam penelitian ini menggunakan dua sumber yaitu :

1. Jenis Data

Adapun jenis data dalam penelitian adalah data kualitatif.⁴¹Data kualitatif diperoleh melalui berbagai teknik pengumpulan data, antara lain observasi, wawancara lisan dan tertulis. Bentuk informasi kualitatif lainnya adalah gambar yang diperoleh melalui fotografi atau rekaman video, yang dapat dijadikan dokumentasi. Penulis memilih data kualitatif karena ingin mengumpulkan data sesuai topik penelitian penulis yang berfokus pada penerapan prinsip kejujuran

⁴¹Rusnadi dan Muhammad Rusli, “Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif Dan Studi Kasus”, Jurnal Pendidikan dan Studi Islam, 2(1), (2021), 3

dan pemanfaatan terhadap praktik jual beli *skincare share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Senteral Lakessi Kota Parepare.

2. Sumber Data

Sumber data adalah semua keterangan yang diperoleh dari responden maupun yang berasal dari dokumen-dokumen ataupun dalam bentuk lainnya guna terhadap keperluan penelitian tersebut. Dalam penelitian ini ada dua sumber data yang dapat digunakan yaitu data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari lokasi penelitian atau data yang bersumber dari informan. Data primer ialah data yang secara langsung diperoleh oleh peneliti menggunakan metode wawancara yang dilakukan pada pengelola beberapa pembeli/pengunjung dan penjual *skincare* di Pasar Senteral Lakessi Kota Parepare.

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang dikumpulkan dari berbagai sumber yang ada seperti jurnal, buku, internet dll. Setelah menyelesaikan skripsi, peneliti mengambil informasi dari berbagai buku referensi perpustakaan, majalah dan artikel untuk menguatkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian.⁴² Adapun teknik pengumpulan data diantaranya :

⁴²Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2011), h.138.

1. Observasi

Observasi yaitu metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan penginderaan. Observasi merupakan dasar ilmu pengetahuan, yang dapat dilakukan secara langsung dengan mata atau menggunakan alat sederhana.⁴³ Teknik observasi adalah analisis sistematis dan pencatatan tingkah laku melalui observasi atau pengamatan langsung terhadap kondisi lapangan sehingga peneliti dapat memperoleh masalah penelitian yang akan diteliti. Observasi dilakukan untuk memperoleh informasi atau gambaran yang akurat dan jelas sesuai dengan kondisi kejadian di lapangan. Observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara berkunjung atau datang langsung ke Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare untuk melakukan survei dan memperoleh informasi spesifik terkait penelitian ini. Penulis mengamati dan mencatat semua hal yang ada kaitannya dengan penerapan prinsip kejujuran dan pemanfaatan terhadap praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare.

2. Wawancara

Wawancara adalah komunikasi antara dua orang dalam situasi di mana pewawancara menanyakan informasi kepada subjek yang berkisar pada pendapat dan keyakinannya sendiri.⁴⁴ Dimana dapat disimpulkan bahwa wawancara adalah mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang telah disiapkan untuk mendapatkan jawaban-jawaban dari responden. Sebelum

⁴³Firdaus Hamta, *Metodologi Penelitian Akuntansi*, (Yogyakarta: Deepublish, 2015), h.43.

⁴⁴Zuchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif* (Makassar: CV. Syakir Media Press, 2021), h. 31

peneliti melakukan wawancara, peneliti terlebih dahulu mempersiapkan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan kepada informan.

Penulis melakukan wawancara dengan menggunakan pertanyaan dan pernyataan yang telah disiapkan sebelumnya yang ditujukan kepada pembeli/pengunjung dan penjual skincare di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare, untuk mengkonfirmasi dan melengkapi data penelitian ini, dimana pertanyaan-pertanyaan tersebut berhubungan dengan penerapan prinsip kejujuran dan pemanfaatan Islam terhadap praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang sangat efektif dalam penelitian, dimana dokumentasi dapat digunakan untuk memperoleh informasi dari berbagai sumber tertulis atau dokumen yang tersedia bagi informan itu sendiri. Dengan menggunakan teknik dokumenter ini, peneliti tidak hanya memperoleh informasi dari informan saja, namun peneliti memperoleh informasi dari berbagai sumber, termasuk informasi dan catatan yang mendukung penelitian yang dilakukan penulis. Dengan adanya dokumentasi yang dicantumkan maka, hasil observasi serta wawancara yang dilakukan akan lebih kredibel atau dapat dipercaya oleh oranglain. Dokumentasi adalah data yang diperoleh dari variabel-variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, legger, agenda dan lain sebagainya.⁴⁵

Fungsi data dokumentasi ini digunakan sebagai bahan pelengkap

⁴⁵Nursapia Harahap, *Penelitian Kualitatif* (Medan: Wal Ashri Publishing, 2020), h.65.

informasi dasar yang diperoleh selama observasi dan wawancara. Alasan digunakannya metode dokumenter ini yaitu mendapatkan dokumentasi yang berkaitan dengan penelitian terkait gambaran penerapan prinsip kejujuran dan kemanfaatan terhadap praktik jual beli *skincare share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Senteral Lakessi Kota Parepare.

F. Uji Keabsahan Data

Keabsahan data pada dasarnya digunakan untuk dapat menyanggah balik yang dituduhkan kepada peneliti kualitatif yang mengatakan tidak ilmiah, dimana data yang diperoleh tidak berbeda jauh dengan keadaan yang sebenarnya. Adapun uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif yaitu uji kredibilitas. Uji kredibilitas merupakan uji kepercayaan terhadap data hasil penelitian yang disajikan oleh peneliti agar hasil penelitian yang dilakukan tidak meragukan sebagai sebuah karya ilmiah yang dilakukan. Uji keabsahan data yang digunakan dalam uji kredibilitas adalah uji triangulasi sumber dan teknik sebagai berikut:

1. Triangulasi Sumber

untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh dari beberapa sumber. Data yang diperoleh dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan. Membandingkan hasil pengamatan dengan hasil wawancara dan membandingkan dengan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi serta membandingkan hasil wawancara dengan metode yang ada. Triangulasi sumber digunakan untuk membandingkan informasi dari berbagai sumber dan untuk menentukan keandalan, yaitu untuk membandingkan apa yang dikatakan masyarakat secara

pribadi dan publik dan hasil wawancara dengan dokumen yang ada.⁴⁶

2. Triangulasi Teknik

Mengecek data dengan teknik yang berbeda tetapi kepada sumber yang sama, misalnya untuk mengecek data bisa melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Bila dengan teknik pengujian kredibilitas data tersebut menghasilkan data yang berbeda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan untuk memastikan data mana yang dianggap benar.

G. Teknik Analisis Data

Pada dasarnya analisis data adalah proses memilah dan mengorganisasikan rangkaian data ke dalam pola, kategori, dan satuan deskriptif dasar sehingga dapat ditemukan tema dan pola kerja pada keseluruhan materi. Peneliti juga harus kembali ke lapangan ketika menganalisis data untuk memperoleh informasi yang dianggap perlu dan mengolahnya kembali.

Analisis data merupakan bagian penting dalam penelitian, karena dari analisis ini nantinya akan diperoleh temuan, baik temuan substantif maupun formal. Pada proses analisis data kualitatif, data yang berwujud kata-kata dan bukan rangkaian angka. Data yang dikumpulkan dalam beberapa macam cara (observasi, wawancara, dokumen, maupun pita rekaman) yang biasanya diproses sebelum digunakan, tetapi analisis kualitatif tetap menggunakan kata-kata yang disusun dalam teks yang lebih luas. Analisis dalam pandangan ini meliputi tiga alur kegiatan, yaitu :

1. Data *Reductions* (Reduksi Data)

⁴⁶Bachtiar S. Bachri, "Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif", (Teknologi Pendidikan 10, No 1, (2010): 56.

Dalam proses ini peneliti dapat melakukan pemilihan data yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting dicari temanya dan polanya. Reduksi data yaitu merangkum, membuat tema, mengekstraksi, menulis catatan. Tujuan reduksi data ini adalah untuk menyederhanakan informasi yang ada di lapangan. Dengan demikian, peneliti harus menyederhanakan data yang diperoleh di lapangan dan membuang data yang tidak ada hubungannya dengan penelitian.

2. Data *Display* (Penyajian Data)

Langkah kedua setelah reduksi data adalah penyajian data. Penyajian data adalah kumpulan informasi terstruktur di mana kesimpulan diambil dan tindakan diambil. Sering digunakan dalam penelitian kualitatif, penyajian informasi merupakan bentuk naratif yang menyederhanakan informasi kompleks menjadi bentuk sederhana tanpa mengurangi isinya dan mudah dipahami.⁴⁷ Penyajian data yang diperoleh dari lapangan, terkait dengan seluruh permasalahan penelitian kemudian diberikan batasan masalah. Dari penyajian tersebut, diharapkan dapat memberikan kejelasan data yang detail dan substantive dengan data pendukung.

3. Verifikasi/Penarikan Kesimpulan

Tahap akhir analisis data adalah penarikan dan penarikan kesimpulan. Kesimpulan awal masih bersifat sementara dan akan berubah kecuali ada bukti kuat yang disajikan.⁴⁸ Penarikan kesimpulan adalah usaha untuk mencari atau memahami makna/arti, keteraturan, pola-pola, penjelasan. Sebelum melakukan penarikan kesimpulan terlebih dahulu dilakukan reduksi data, penyajian data

⁴⁷Zuchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif* (Makassar: CV. Syakir Media Press, 2021), h. 30.

⁴⁸Djam'an satory dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Alfabeta CV, 2020), h.220.

serta penarikan kesimpulan dari kegiatan sebelumnya. Setelah melakukan verifikasi maka dapat ditarik kesimpulan berdasarkan hasil penelitian yang disajikan dalam bentuk narasi. Penarikan kesimpulan merupakan tahap akhir dari kegiatan analisis data.

Dari tahapan ini akan penulis buat kesimpulan dari semua hasil yang didapat dilapangan. Dimana dapat ditarik kesimpulan bahwa peneliti dapat menarik kesimpulan berdasarkan apa yang telah ditemukan, namun harus didukung dengan bukti atau alat yang valid agar kesimpulan tersebut dapat dipercaya. Kesimpulan dapat diambil dengan mengamati dan mewawancarai kembali pembeli/pengunjung dan penjual skincare di Pasar Senteral Lakessi terkait penerapan prinsip kejujuran dan kemanfaatan terhadap praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Senteral Lakessi Kota Parepare.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. HASIL PENELITIAN

1. Praktik Jual Beli Skincare *Share In Jar* Tanpa Label BPOM di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare

Perkembangan industri kosmetik dan perawatan kulit (skincare) di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya perawatan kulit, baik dari segi kesehatan maupun estetika, mendorong tingginya permintaan terhadap berbagai produk skincare. Fenomena ini tidak hanya terjadi di kota-kota besar, tetapi juga merambah ke daerah-daerah, termasuk Kota Parepare. Seiring dengan meningkatnya permintaan tersebut, muncul berbagai praktik perdagangan skincare yang tidak selalu sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Salah satu praktik yang marak ditemukan di pasar tradisional adalah penjualan skincare dengan sistem *share in jar*, yaitu pembagian produk kosmetik dari kemasan asli ke dalam wadah kecil tanpa mencantumkan label resmi, termasuk nomor izin edar dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Praktik ini banyak dijumpai di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare, yang merupakan pusat aktivitas ekonomi dan perdagangan masyarakat setempat. Produk skincare *share in jar* biasanya ditawarkan dengan harga yang lebih terjangkau, sehingga menarik minat konsumen dari berbagai kalangan, khususnya masyarakat dengan daya beli menengah ke bawah.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Siti selaku penjual skincare *share in jar* tanpa label BPOM, beliau mengatakan:

“Salah satu praktik yang biasa dijual di pasar adalah penjualan skincare dengan sistem *share in jar*. Praktik jual beli *skincare share in jar* adalah kegiatan jual beli produk perawatan kulit yang dilakukan dengan cara memindahkan isi skincare dari kemasan aslinya ke wadah lain (jar kecil) untuk dijual kembali dalam ukuran lebih kecil”.⁴⁹

Kemudian hasil wawancara dengan Ibu Nara selaku penjual skincare *share in jar* tanpa label BPOM, beliau mengatakan:

“Menurut saya praktik jual beli skincare *share in jar* sebagai kegiatan transaksi jual beli produk perawatan kulit yang dilakukan dengan cara memindahkan isi produk dari kemasan asli ke dalam wadah lain yang lebih kecil, kemudian dijual kembali kepada konsumen. Praktik ini umumnya bertujuan untuk memberikan harga yang lebih terjangkau, memungkinkan konsumen mencoba produk sebelum membeli ukuran penuh, serta memperluas akses terhadap produk skincare tertentu”.⁵⁰

Sedangkan dari hasil wawancara dengan Ibu Cinta selaku pembeli skincare *share in jar* tanpa label BPOM, beliau mengatakan:

“Praktik *share in jar* memiliki potensi risiko yang cukup besar, khususnya terkait aspek keamanan, kualitas, keaslian produk, dan kebersihan. Proses pemindahan produk ke dalam kemasan lain berpeluang menimbulkan kontaminasi serta sering kali tidak disertai informasi yang memadai, seperti izin edar, tanggal kedaluwarsa, dan komposisi produk”.⁵¹

Berdasarkan hasil wawancara diatas dijelaskan bahwa praktik jual beli *skincare share in jar* merupakan salah satu kegiatan yang umum dijumpai di

⁴⁹Ibu Siti, "Wawancara dengan Ibu Siti, Penjual skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Lakessi Kota Parepare, 01 Januari 2026.

⁵⁰Ibu Nara, "Wawancara dengan Ibu Nara, Penjual skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Lakessi Kota Parepare, 02 Januari 2026.

⁵¹Ibu Cinta, "Wawancara dengan Ibu Cinta, Pembeli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Lakessi Kota Parepare, 03 Januari 2026.

pasar. Praktik ini dilakukan dengan memindahkan isi produk skincare dari kemasan aslinya ke dalam wadah lain yang lebih kecil untuk kemudian dijual kembali. Tujuan utama dari praktik ini adalah untuk menawarkan harga yang lebih terjangkau, memberikan kesempatan kepada konsumen untuk mencoba produk sebelum membeli ukuran penuh, serta memperluas akses masyarakat terhadap produk skincare tertentu. Dengan demikian, *share in jar* dipandang sebagai alternatif penjualan yang memudahkan konsumen, meskipun memiliki karakteristik berbeda dari penjualan produk dalam kemasan asli.

Dari hasil wawancara dengan Ibu Sasa selaku Staf BPOM MPP Kota Parepare, beliau mengatakan:

“Praktik *share in jar* sebenarnya mengandung risiko, terutama terkait keamanan, kualitas, keaslian produk, dan kebersihan, karena proses pemindahan kemasan dapat menyebabkan kontaminasi serta tidak selalu disertai informasi lengkap mengenai izin edar, tanggal kedaluwarsa, dan komposisi. Oleh karena itu, meskipun secara ekonomi praktik ini memberikan manfaat, dari sisi perlindungan konsumen dan kesehatan diperlukan kehati-hatian serta pengawasan agar tidak menimbulkan kerugian bagi pengguna”.⁵²

Menurut penulis menjelaskan bahwa praktik *share in jar* memiliki potensi risiko yang cukup besar, khususnya terkait aspek keamanan, kualitas, keaslian produk, dan kebersihan. Proses pemindahan produk ke dalam kemasan lain berpeluang menimbulkan kontaminasi serta sering kali tidak disertai informasi yang memadai, seperti izin edar, tanggal kedaluwarsa, dan komposisi produk. Meskipun praktik ini memberikan keuntungan secara ekonomi, terutama dari segi harga dan aksesibilitas, dari sudut pandang perlindungan

⁵²Ibu Sasa, “Wawancara dengan Ibu Sasa, Staf BPOM, 05 Januari 2026.

konsumen dan kesehatan masyarakat diperlukan kehati-hatian serta pengawasan yang lebih ketat agar tidak menimbulkan kerugian bagi pengguna.

Dari hasil wawancara dengan Ibu Cinta selaku pembeli skincare *share in jar* tanpa label BPOM, beliau mengatakan:

“Saya memahami *share in jar* sebagai skincare eceran dari kemasan besar. Saya berminat karena faktor harga dan kemudahan mencoba produk”.⁵³

Sedangkan dari hasil wawancara dengan Ibu Mina selaku pembeli skincare *share in jar* tanpa label BPOM, beliau mengatakan:

“Setahu saya *share in jar* itu skincare yang dipindahkan ke pot kecil supaya bisa dijual lebih murah. Beberapa alasan saya membeli karena harga lebih terjangkau dibanding kemasan asli dan bisa mencoba produk terlebih dahulu sebelum membeli ukuran penuh serta cocok untuk pemakaian jangka pendek dan terbilang lebih hemat dan praktis untuk pemula”.⁵⁴

Berdasarkan hasil wawancara diatas dijelaskan bahwa *share in jar* sebagai produk skincare eceran yang dipindahkan dari kemasan besar ke kemasan kecil dengan tujuan menekan harga. Ketertarikan terhadap *share in jar* didorong oleh faktor harga yang lebih terjangkau serta kemudahan dalam mencoba produk sebelum membeli ukuran penuh. Selain itu, *share in jar* dianggap praktis, hemat, dan sesuai untuk pemakaian jangka pendek, khususnya bagi pemula yang ingin mengenal atau menguji kecocokan suatu produk skincare.

⁵³Ibu Cinta, "Wawancara dengan Ibu Cinta, Pembeli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Lakessi Kota Parepare, 03 Januari 2026.

⁵⁴Ibu Mina, "Wawancara dengan Ibu Mina, Pembeli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Lakessi Kota Parepare, 04 Januari 2026.

Praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM menimbulkan berbagai persoalan serius, baik dari aspek hukum, kesehatan, maupun perlindungan konsumen. Tidak adanya label BPOM pada produk kosmetik menandakan bahwa produk tersebut belum melalui proses evaluasi keamanan, mutu, dan manfaat sebagaimana yang diwajibkan oleh peraturan perundang-undangan. Akibatnya, konsumen berpotensi terpapar risiko penggunaan bahan berbahaya, produk kedaluwarsa, atau kosmetik yang tidak sesuai dengan standar kesehatan.

Dari sudut pandang hukum, peredaran kosmetik tanpa izin edar BPOM merupakan pelanggaran terhadap ketentuan peraturan perundang-undangan, khususnya yang mengatur tentang perlindungan konsumen dan pengawasan obat serta makanan. Undang-Undang Perlindungan Konsumen menegaskan bahwa konsumen berhak memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang yang dikonsumsi. Dalam praktik skincare *share in jar*, hak tersebut tidak terpenuhi karena konsumen tidak mendapatkan informasi yang memadai mengenai komposisi, tanggal kedaluwarsa, cara penggunaan, maupun potensi efek samping produk.

Selain itu, praktik ini juga mencerminkan rendahnya tingkat kesadaran hukum baik dari pihak pelaku usaha maupun konsumen. Pelaku usaha sering kali lebih mengutamakan keuntungan ekonomi tanpa memperhatikan aspek legalitas dan keamanan produk, sementara konsumen cenderung kurang kritis terhadap produk yang dibeli, terutama karena faktor harga murah dan tren penggunaan skincare yang sedang populer. Kondisi ini diperparah dengan

lemahnya pengawasan di pasar tradisional, sehingga peredaran produk skincare ilegal sulit dikendalikan.

Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare sebagai salah satu pusat perdagangan tradisional memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Namun, keberadaan praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di pasar tersebut menunjukkan adanya celah dalam sistem pengawasan dan penegakan hukum. Jika dibiarkan, praktik ini tidak hanya merugikan konsumen, tetapi juga berpotensi menimbulkan dampak jangka panjang terhadap kesehatan masyarakat serta merusak kepercayaan publik terhadap produk kosmetik secara umum.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Siti selaku penjual skincare *share in jar* tanpa label BPOM, beliau mengatakan:

“Menurut saya sebagai penjual praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Sentral Lakessi, Kota Parepare, menunjukkan adanya potensi risiko bagi pembeli. Sebenarnya produk yang dijual secara eceran tanpa kemasan resmi dan tanpa izin edar dari BPOM berpotensi tidak terjamin keamanan, kualitas, dan efektivitasnya. Aktivitas ini dapat menimbulkan masalah kesehatan, termasuk iritasi kulit atau reaksi alergi, serta melanggar regulasi terkait peredaran kosmetik di Indonesia”.⁵⁵

Kemudian hasil wawancara dengan Ibu Nara selaku penjual skincare *share in jar* tanpa label BPOM, beliau mengatakan:

“Kalau saya pribadi praktik *share in jar* menghadirkan risiko kesehatan bagi konsumen karena produk tidak memiliki izin edar resmi (BPOM) dan seringkali tidak mencantumkan komposisi lengkap. Meskipun diminati karena harga murah dan kemasan praktis, tindakan ini termasuk ilegal dan berpotensi menimbulkan efek samping seperti iritasi kulit atau

⁵⁵Ibu Siti, "Wawancara dengan Ibu Siti, Penjual skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Lakessi Kota Parepare, 01 Januari 2026.

alergi. Saya sadar kalau memang ini berbahaya tapi tetap juga banyak yang membeli dan menggunakannya”.⁵⁶

Berdasarkan hasil wawancara diatas dijelaskan bahwa praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Sentral Lakessi, Kota Parepare, berpotensi menimbulkan risiko bagi kesehatan konsumen. Produk yang dijual secara eceran tanpa kemasan resmi dan tanpa izin edar BPOM tidak menjamin keamanan, kualitas, dan efektivitasnya, sehingga dapat menyebabkan iritasi kulit, alergi, atau masalah kesehatan lainnya. Meskipun diminati karena harga yang lebih murah dan kemasan yang praktis, praktik ini termasuk ilegal dan tetap berisiko bagi pengguna. Wawancara menunjukkan adanya kesadaran dari penjual terkait risiko tersebut, tetapi permintaan pasar tetap tinggi.

Dari hasil wawancara dengan Ibu Sasa selaku Staf BPOM, beliau mengatakan:

“Kegiatan ini menunjukkan fenomena perdagangan produk kecantikan yang marak namun memiliki risiko kesehatan yang signifikan. Praktik *share in jar*, yaitu pembelian dan penjualan produk skincare dalam kemasan kecil yang biasanya dikemas ulang dari produk asli tanpa label resmi, menimbulkan beberapa dampak penting baik dari sisi konsumen, pedagang, maupun regulasi. Sebenarnya praktik ini memudahkan pembeli untuk memperoleh produk kecantikan dengan harga yang relatif murah dan dalam jumlah yang kecil sehingga lebih terjangkau dan efisien. Namun, kemudahan ini datang dengan risiko kesehatan yang serius, karena produk yang dijual tanpa label BPOM tidak memiliki jaminan keamanan, kehalalan, serta komposisi bahan yang jelas. Konsumen berpotensi mengalami iritasi, alergi, atau efek samping jangka panjang akibat penggunaan produk yang tidak terkontrol. Dari sisi pedagang, praktik ini menawarkan peluang ekonomi yang menarik karena permintaan pasar terhadap produk skincare cukup tinggi dan

⁵⁶Ibu Nara, "Wawancara dengan Ibu Nara, Penjual skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Lakessi Kota Parepare, 02 Januari 2026.

modal awal yang dibutuhkan relatif rendah. Penjual di Pasar Sentral Lakessi cenderung menggunakan strategi pemasaran seperti testimoni pengguna, promosi di media sosial, atau pengemasan yang menarik untuk meningkatkan penjualan. Namun, pedagang juga menghadapi risiko hukum karena menjual produk tanpa izin edar resmi BPOM merupakan pelanggaran regulasi yang dapat berakibat pada sanksi administratif atau pidana. Dari perspektif regulasi dan pengawasan, praktik ini menunjukkan adanya celah dalam penegakan hukum terkait pengawasan peredaran kosmetik di tingkat pasar tradisional. Kurangnya sosialisasi dan pengawasan membuat sebagian pedagang merasa aman untuk menjual produk *share in jar* tanpa label resmi, meskipun praktik ini sebenarnya melanggar ketentuan keamanan pangan dan kosmetik di Indonesia. Hal ini menandakan perlunya penguatan pengawasan, edukasi kepada pedagang tentang pentingnya izin edar BPOM, serta sosialisasi kepada masyarakat mengenai risiko penggunaan produk ilegal. Secara keseluruhan, praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Sentral Lakessi mencerminkan fenomena perdagangan informal yang kompleks, di mana pertimbangan ekonomi jangka pendek bagi pedagang dan konsumen seringkali mengalahkan perhatian terhadap aspek keamanan dan legalitas. Oleh karena itu, upaya kolaboratif antara pemerintah, dinas kesehatan, pedagang, dan masyarakat diperlukan untuk menciptakan kesadaran akan pentingnya keamanan kosmetik, meningkatkan kepatuhan terhadap regulasi, serta melindungi kesehatan konsumen dari risiko yang mungkin timbul akibat penggunaan produk skincare ilegal”.⁵⁷

Menurut penulis menjelaskan bahwa praktik *share in jar* di Pasar Sentral Lakessi, yaitu penjualan produk skincare dalam kemasan kecil tanpa label resmi BPOM, mencerminkan fenomena perdagangan kosmetik informal yang berkembang pesat. Praktik ini memberikan keuntungan ekonomi bagi pedagang dan kemudahan akses bagi konsumen karena harga yang lebih murah dan jumlah yang lebih kecil. Namun, produk yang dijual tanpa izin edar resmi

⁵⁷Ibu Sasa, “Wawancara dengan Ibu Sasa, Staf BPOM MPP Kota Parepare, 05 Januari 2026.

menimbulkan risiko kesehatan serius bagi konsumen, seperti iritasi, alergi, atau efek samping jangka panjang, serta risiko hukum bagi pedagang. Fenomena ini juga menunjukkan adanya kekurangan pengawasan dan sosialisasi regulasi di pasar tradisional, sehingga sebagian pedagang merasa aman menjual produk ilegal. Secara keseluruhan, situasi ini menekankan perlunya upaya kolaboratif antara pemerintah, dinas kesehatan, pedagang, dan masyarakat untuk meningkatkan kesadaran tentang keamanan kosmetik, menegakkan regulasi, dan melindungi kesehatan konsumen.

Dari hasil wawancara dengan Ibu Cinta selaku pembeli skincare *share in jar* tanpa label BPOM, beliau mengatakan:

“Saya memilih produk *share in jar* karena harga yang lebih murah dibandingkan produk resmi. Serta tertarik dengan klaim efek cepat, seperti mencerahkan kulit atau menghilangkan jerawat dalam waktu singkat. Saya sebagai pembeli sudah terbiasa membeli jenis ini karena rekomendasi teman atau online”.⁵⁸

Sedangkan dari hasil wawancara dengan Ibu Mina selaku pembeli skincare *share in jar* tanpa label BPOM, beliau mengatakan:

“Praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar menarik minat saya sebagai pembeli karena harga murah dan fleksibilitas kuantitas, meskipun menimbulkan kekhawatiran terkait keamanan dan legalitas produk. Saya sebagai pembeli menyadari bahwa skincare tanpa label BPOM memiliki risiko kesehatan, seperti kemungkinan mengandung bahan berbahaya. Namun, beberapa pembeli tetap menggunakannya karena percaya pada penjual atau testimoni pengguna lain”.⁵⁹

⁵⁸Ibu Cinta, "Wawancara dengan Ibu Cinta, Pembeli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Lakessi Kota Parepare, 03 Januari 2026.

⁵⁹Ibu Mina, "Wawancara dengan Ibu Mina, Pembeli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Lakessi Kota Parepare, 04 Januari 2026.

Berdasarkan hasil wawancara diatas dijelaskan bahwa informan tertarik pada produk *share in jar* karena harga yang lebih murah dibandingkan produk resmi dan klaim efek cepat seperti mencerahkan kulit atau menghilangkan jerawat. Kebiasaan membeli produk ini sering dipengaruhi oleh rekomendasi teman atau testimoni online. Meskipun praktik jual beli skincare tanpa label BPOM menimbulkan kekhawatiran terhadap keamanan dan legalitas, pembeli tetap tertarik karena fleksibilitas kuantitas dan harga murah. Informan menyadari risiko kesehatan, termasuk kemungkinan adanya bahan berbahaya, namun kepercayaan terhadap penjual atau pengalaman pengguna lain sering membuat mereka tetap menggunakan produk tersebut.

Dari perspektif strategi pemasaran, penjualan *share in jar* juga memungkinkan bisnis untuk lebih mudah menjangkau berbagai segmen pasar, mulai dari pelajar dan mahasiswa, pekerja muda, hingga ibu rumah tangga yang ingin mencoba produk premium tanpa harus mengeluarkan biaya besar. Model ini juga mempermudah promosi melalui media sosial, karena ukuran kecil produk memudahkan untuk ditampilkan dalam konten visual seperti *review*, *tutorial*, dan *unboxing*, yang kini menjadi cara efektif untuk menarik perhatian konsumen.

Dengan mempertimbangkan faktor keterjangkauan, fleksibilitas penggunaan, *sustainability*, serta strategi pemasaran yang efektif, model bisnis *share in jar* menjadi pilihan yang tepat dan inovatif bagi pelaku usaha di industri skincare. Melalui pendekatan ini, konsumen mendapatkan pengalaman mencoba berbagai produk dengan risiko lebih rendah, sementara penjual memiliki

peluang untuk meningkatkan penjualan dan membangun hubungan yang lebih personal dengan pelanggan.

Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Siti selaku penjual skincare *share in jar* tanpa label BPOM, beliau mengatakan:

“Saya menjual produk skincare dalam bentuk *share in jar* karena menawarkan fleksibilitas dan aksesibilitas bagi pembeli. Model ini memungkinkan pembeli mencoba produk dalam jumlah kecil dengan harga lebih terjangkau, sehingga risiko pemborosan atau ketidakcocokan kulit berkurang. Selain itu, sistem ini mendukung strategi pemasaran yang efisien, karena produsen atau penjual dapat menjangkau pasar lebih luas tanpa harus menyediakan kemasan penuh yang mahal. *Share in jar* juga memungkinkan personalisasi penggunaan, di mana pembeli bisa membeli sesuai kebutuhan harian atau mingguan, sehingga meningkatkan daya tarik dan loyalitas pembeli”.⁶⁰

Kemudian hasil wawancara dengan Ibu Nara selaku penjual skincare *share in jar* tanpa label BPOM, beliau mengatakan:

“Menjual produk skincare dalam bentuk *share in jar* dipilih karena mampu meningkatkan keterjangkauan harga bagi pembeli, terutama bagi pemula yang ingin mencoba produk tanpa harus membeli ukuran penuh. Konsep ini juga memberi kesempatan konsumen untuk menguji kecocokan produk dengan kondisi kulit mereka sehingga mengurangi risiko ketidakpuasan. Bagi saya sebagai penjual skincare *share in jar* dapat memperluas target pasar, meningkatkan volume penjualan, serta menjadi strategi promosi yang efektif untuk memperkenalkan produk. Dengan pengelolaan yang higienis dan transparan, penjualan *share in jar* menjadi solusi yang saling menguntungkan baik bagi pembeli maupun penjual”.⁶¹

⁶⁰Ibu Siti, "Wawancara dengan Ibu Siti, Penjual skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Lakessi Kota Parepare, 01 Januari 2026.

⁶¹Ibu Nara, "Wawancara dengan Ibu Nara, Penjual skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Lakessi Kota Parepare, 02 Januari 2026.

Berdasarkan hasil wawancara diatas dijelaskan bahwa penjualan produk skincare dalam bentuk *share in jar* dipilih karena memberikan manfaat yang signifikan baik bagi pembeli maupun penjual. Bagi pembeli, konsep ini menawarkan fleksibilitas dan aksesibilitas melalui harga yang lebih terjangkau serta jumlah produk yang lebih kecil, sehingga memungkinkan mereka mencoba produk terlebih dahulu tanpa risiko pemborosan atau ketidakcocokan dengan kondisi kulit. Selain itu, sistem ini memungkinkan personalisasi pembelian sesuai kebutuhan harian atau mingguan, yang meningkatkan kenyamanan dan minat beli. Sementara itu, bagi penjual, *share in jar* menjadi strategi pemasaran yang efektif untuk menjangkau pasar yang lebih luas, terutama konsumen pemula. Model ini dapat meningkatkan volume penjualan sekaligus berfungsi sebagai sarana promosi produk tanpa harus menanggung biaya kemasan penuh yang lebih mahal. Dengan pengelolaan yang higienis dan transparan, penjualan skincare *share in jar* menjadi solusi yang saling menguntungkan serta berpotensi meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Menjual produk skincare dalam bentuk *share in jar* merupakan strategi yang relevan dan adaptif terhadap kebutuhan serta perilaku konsumen masa kini. Salah satu alasan utama adalah karena *share in jar* memberikan akses yang lebih terjangkau bagi konsumen untuk mencoba produk skincare berkualitas tanpa harus membeli ukuran penuh yang harganya relatif mahal. Dengan ukuran yang lebih kecil, konsumen dapat menyesuaikan pembelian dengan kondisi finansial mereka, sehingga peluang terjadinya pembelian menjadi lebih besar, terutama bagi pelajar, mahasiswa, atau konsumen pemula yang baru mulai merawat kulit.

Selain itu, *share in jar* memungkinkan konsumen untuk melakukan uji kecocokan produk terhadap jenis dan kondisi kulit masing-masing. Mengingat skincare memiliki risiko ketidakcocokan seperti iritasi, jerawat, atau alergi, bentuk *share in jar* membantu meminimalkan kerugian konsumen apabila produk tidak memberikan hasil yang diharapkan. Hal ini secara tidak langsung meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap penjual, karena mereka merasa diberikan pilihan yang lebih aman dan tidak dipaksakan untuk membeli produk berukuran besar.

Dari sisi penjual, sistem *share in jar* membuka peluang pasar yang lebih luas. Produk dapat menjangkau segmen konsumen yang sebelumnya ragu atau belum yakin untuk membeli *full size*. Strategi ini juga efektif sebagai sarana promosi, karena konsumen yang puas setelah mencoba *share in jar* cenderung melakukan pembelian ulang dalam ukuran lebih besar. Dengan demikian, *share in jar* berfungsi sebagai tahap awal dalam membangun loyalitas pelanggan.

Alasan lainnya adalah fleksibilitas dalam variasi produk. Penjual dapat menawarkan berbagai jenis skincare dalam satu paket *share in jar* sehingga konsumen dapat mencoba beberapa produk sekaligus sesuai kebutuhan kulit mereka. Hal ini meningkatkan nilai jual dan daya tarik produk, sekaligus membantu konsumen menyusun rutinitas perawatan kulit yang lebih tepat.

Penjual memilih menjual skincare dalam bentuk *share in jar* merupakan keputusan yang strategis karena mampu memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak. Konsumen memperoleh kemudahan, keamanan, dan efisiensi biaya, sementara penjual mendapatkan peluang peningkatan penjualan, perluasan pasar, serta hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Dengan

mempertimbangkan aspek ekonomi, kepercayaan, dan kebutuhan konsumen, *share in jar* menjadi solusi yang efektif dan relevan dalam bisnis skincare.

Industri skincare mengalami perkembangan yang sangat pesat seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap perawatan kulit. Berbagai merek dan jenis produk skincare bermunculan dengan inovasi yang beragam, baik dari segi kandungan, fungsi, maupun kemasan. Di tengah banyaknya pilihan tersebut, perilaku konsumen dalam membeli produk skincare juga mengalami perubahan. Salah satu fenomena yang cukup menonjol adalah meningkatnya minat konsumen terhadap pembelian skincare dalam bentuk *share in jar* yaitu pembelian produk yang dikemas ulang dalam ukuran lebih kecil dari kemasan aslinya.

Fenomena *share in jar* banyak dijumpai terutama di kalangan remaja dan dewasa muda. Bentuk pembelian ini dianggap lebih praktis dan ekonomis karena memungkinkan konsumen mencoba produk tanpa harus membeli kemasan penuh yang umumnya berharga lebih mahal. Selain itu, *share in jar* memberikan kesempatan bagi konsumen untuk menguji kecocokan produk dengan kondisi kulit mereka sebelum melakukan pembelian dalam ukuran besar, sehingga dapat meminimalkan risiko ketidakcocokan atau pemborosan.

Faktor lain yang mendorong konsumen memilih *share in jar* adalah pengaruh media sosial dan komunitas kecantikan. Rekomendasi dari *beauty influencer*, ulasan pengguna, serta tren mencoba berbagai produk skincare mendorong konsumen untuk membeli produk dalam jumlah kecil namun beragam. Dengan demikian, *share in jar* menjadi solusi yang sesuai dengan

kebutuhan konsumen yang ingin mengeksplorasi berbagai produk tanpa komitmen finansial yang besar.

Dari hasil wawancara dengan Ibu Cinta selaku pembeli skincare *share in jar* tanpa label BPOM, beliau mengatakan:

“Saya memilih produk *share in jar* karena

1. Lebih hemat biaya
Harga jauh lebih murah dibanding membeli ukuran *full size*, sehingga cocok untuk yang ingin mencoba tanpa risiko besar.
2. Cocok untuk trial / test cocok
Banyak orang ingin memastikan skincare cocok di kulitnya (tidak iritasi, beruntusan, atau alergi) sebelum berinvestasi ke ukuran besar.
3. Menghindari pemborosan
Jika ternyata tidak cocok, produk tidak terbuang sia-sia karena jumlahnya sedikit.
4. Praktis untuk traveling
Ukuran kecil mudah dibawa, tidak makan tempat, dan aman untuk dibawa ke pesawat.
5. Ingin mencoba banyak produk sekaligus
Dengan *share in jar*, konsumen bisa mencoba beberapa brand atau varian tanpa harus membeli semuanya dalam ukuran besar.
6. Pemakaian tidak rutin
Untuk produk tertentu (misalnya masker atau *exfoliating*), *share in jar* cukup karena tidak dipakai setiap hari.
7. Menyesuaikan budget
Cocok untuk pelajar atau mahasiswa yang ingin tetap merawat kulit dengan budget terbatas”.⁶²

Sedangkan dari hasil wawancara dengan Ibu Mina selaku pembeli skincare *share in jar* tanpa label BPOM, beliau mengatakan:

“Saya memilih membeli skincare dalam bentuk *share in jar* karena didorong oleh kombinasi faktor ekonomi, psikologis, fungsional, dan

⁶²Ibu Cinta, "Wawancara dengan Ibu Cinta, Pembeli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Lakessi Kota Parepare, 03 Januari 2026.

sosial yang saling berkaitan. Dari sisi ekonomi, *share in jar* menawarkan harga yang jauh lebih terjangkau dibandingkan produk ukuran penuh, sehingga menjadi solusi bagi saya dengan keterbatasan anggaran. Dengan harga yang lebih rendah, saya tetap dapat mencoba produk skincare yang sedang populer atau memiliki reputasi baik tanpa harus mengeluarkan biaya besar dan menanggung risiko finansial yang tinggi apabila produk tersebut tidak cocok. Selain itu, faktor kebutuhan untuk mencoba dan menyesuaikan produk dengan kondisi kulit menjadi alasan utama lainnya. Karena setiap individu memiliki jenis dan sensitivitas kulit yang berbeda, sehingga saya cenderung berhati-hati sebelum berkomitmen membeli produk ukuran besar. *Share in jar* memungkinkan saya melakukan uji coba (trial) dalam jangka waktu tertentu untuk menilai efektivitas, kecocokan, serta potensi efek samping dari produk skincare tersebut. Dengan demikian, keputusan pembelian menjadi lebih rasional dan berbasis pengalaman langsung. Dari sisi praktis, *share in jar* juga dinilai lebih fleksibel dan efisien. Ukurannya yang kecil memudahkan penyimpanan, dibawa saat bepergian, serta mengurangi risiko produk terbuang karena kedaluwarsa sebelum habis digunakan. Hal ini sangat relevan bagi saya yang menggunakan banyak jenis skincare atau gemar berganti produk sesuai kebutuhan kulit saya. Faktor psikologis dan sosial juga berperan penting. Tren skincare di media sosial, ulasan dari *beauty influencer*, serta rekomendasi dari lingkungan sekitar mendorong saya untuk mencoba berbagai produk yang sedang viral. *Share in jar* menjadi alternatif yang aman untuk mengikuti tren tanpa harus mengeluarkan biaya besar. Selain itu, adanya rasa penasaran saya dan keinginan untuk merasakan pengalaman yang sama dengan orang lain memperkuat minat saya terhadap produk dalam bentuk ini”.⁶³

Berdasarkan hasil wawancara diatas dijelaskan bahwa pilihan informan terhadap skincare *share in jar* mencerminkan perilaku konsumsi yang semakin selektif, sadar risiko, dan berorientasi pada efisiensi. Konsumen tidak hanya mempertimbangkan kualitas produk, tetapi juga nilai guna, keamanan, serta

⁶³Ibu Mina, "Wawancara dengan Ibu Mina, Pembeli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Lakessi Kota Parepare, 04 Januari 2026.

kecocokan dengan kebutuhan pribadi sebelum melakukan pembelian dalam skala yang lebih besar.

Dari hasil wawancara dengan Ibu Sasa selaku Staf BPOM, beliau mengatakan:

“Menurut saya *share in jar* menjadi pilihan karena menawarkan kombinasi antara efisiensi biaya, keamanan dalam mencoba produk, dan fleksibilitas, sehingga sesuai dengan perilaku konsumen yang semakin selektif dan sadar risiko dalam memilih skincare”.⁶⁴

Menurut penulis menjelaskan bahwa *share in jar* dipilih para konsumen sebagai alternatif yang diminati karena mampu memberikan keseimbangan antara efisiensi biaya, keamanan dalam mencoba produk, dan fleksibilitas penggunaan. Konsep ini memungkinkan konsumen untuk mencoba produk skincare tanpa harus membeli ukuran penuh, sehingga dapat meminimalkan risiko ketidakcocokan.

Berdasarkan hasil penelitian diatas sehingga dapat disimpulkan bahwa praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Sentral Lakessi, Kota Parepare, berpotensi menimbulkan risiko bagi kesehatan konsumen. Produk yang dijual secara eceran tanpa kemasan resmi dan tanpa izin edar BPOM tidak menjamin keamanan, kualitas, dan efektivitasnya, sehingga dapat menyebabkan iritasi kulit, alergi, atau masalah kesehatan lainnya. Meskipun diminati karena harga yang lebih murah dan kemasan yang praktis, praktik ini termasuk ilegal dan tetap berisiko bagi pengguna. Wawancara menunjukkan adanya kesadaran dari penjual terkait risiko tersebut, tetapi permintaan pasar tetap tinggi.

⁶⁴Ibu Sasa, “Wawancara dengan Ibu Sasa, Staf BPOM, 05 Januari 2026.

1. Dampak Yang Mempengaruhi Masyarakat Dalam Melakukan Jual Beli Skincare *Share In Jar* Tanpa Label BPOM Di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare

Tidak adanya label BPOM pada produk skincare *share in jar* menunjukkan bahwa produk tersebut belum tentu memenuhi standar keamanan, mutu, dan manfaat yang telah ditetapkan oleh pemerintah. BPOM sebagai lembaga pengawas memiliki peran penting dalam memastikan bahwa produk kosmetik yang beredar di masyarakat aman digunakan dan tidak mengandung bahan berbahaya. Tanpa pengawasan dan izin edar resmi, risiko kandungan zat berbahaya seperti merkuri, hidrokuinon, atau bahan kimia berbahaya lainnya menjadi lebih besar. Penggunaan skincare ilegal dalam jangka panjang dapat menyebabkan berbagai dampak negatif, mulai dari iritasi kulit, kerusakan kulit permanen, hingga gangguan kesehatan yang lebih serius.

Di sisi lain, rendahnya tingkat pengetahuan dan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya izin edar BPOM turut menjadi faktor pendorong maraknya peredaran skincare *share in jar* tanpa label. Banyak konsumen yang lebih tertarik pada harga murah dan janji hasil instan tanpa mempertimbangkan risiko yang mungkin timbul. Selain itu, faktor ekonomi, pengaruh lingkungan sosial, serta promosi dari penjual juga memengaruhi keputusan masyarakat dalam membeli produk tersebut. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kebutuhan masyarakat akan produk perawatan kulit dengan pemahaman mereka terhadap aspek legalitas dan keamanan produk.

Fenomena jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare tidak hanya berdampak pada kesehatan individu,

tetapi juga menimbulkan dampak sosial dan hukum di tengah masyarakat. Dari sisi sosial, praktik ini menciptakan pola konsumsi yang kurang sehat dan berpotensi menormalisasi penggunaan produk ilegal. Dari sisi hukum, peredaran kosmetik tanpa izin edar melanggar ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku, seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan peraturan BPOM terkait kosmetik. Namun, lemahnya pengawasan dan minimnya penegakan hukum di tingkat pasar tradisional membuat praktik ini terus berlangsung.

Adapun dampak yang mempengaruhi masyarakat dalam melakukan jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM Di Pasar Senteral Lakessi Kota Parepare, sebagai berikut:

a. Dampak Kesehatan bagi Masyarakat (Konsumen)

Skincare yang dijual dalam bentuk *share in jar* umumnya merupakan produk yang dipindahkan dari kemasan asli ke wadah kecil tanpa melalui proses produksi yang aman dan standar industri. Sehingga terdapat risiko kontaminasi sangat tinggi akibat proses pengemasan yang tidak higienis dan tidak dilakukan di fasilitas standar industri yang menimbulkan iritasi, infeksi, alergi kulit, dan kemungkinan penyakit lain. Ada juga karena keamanan bahan tidak terjamin karena produk mungkin sudah rusak, tercampur dengan kotoran, atau berubah sifat kimianya saat dipindahkan ke wadah baru. Produk ilegal sering ditemukan mengandung bahan berbahaya atau dilarang yang tidak terdaftar, yang berpotensi menyebabkan komplikasi serius seperti iritasi parah, perubahan pigmen kulit, atau bahkan efek jangka panjang. Tidak ada jaminan bahwa

indikator penting seperti tanggal kedaluwarsa, suhu penyimpanan, atau uji stabilitas telah diperhatikan, sehingga risiko efek samping meningkat.

Seperti dari hasil wawancara dengan Ibu Sasa selaku Staf BPOM, beliau mengatakan:

“Konsumen yang memakai *skincare share in jar* dengan label BPOM yang tidak sesuai atau tanpa BPOM lebih rentan mengalami masalah kulit atau gangguan kesehatan lain”.⁶⁵

Sedangkan dari hasil wawancara dengan Ibu Siti selaku penjual *skincare share in jar* tanpa label BPOM, beliau mengatakan:

“Risiko kontaminasi tinggi akibat proses pengemasan yang tidak higienis dan tidak dilakukan di fasilitas standar industri sehingga menimbulkan iritasi, infeksi atau alergi kulit”.⁶⁶

Kemudian hasil wawancara dengan Ibu Nara selaku penjual *skincare share in jar* tanpa label BPOM, beliau mengatakan:

“Dampak yang mempengaruhi masyarakat dalam melakukan jual beli *skincare share in jar* tanpa label BPOM salah satunya berdampak pada kesehatan konsumen”.⁶⁷

Berdasarkan hasil wawancara informan diatas dijelaskan bahwa penggunaan *skincare share in jar* tanpa label atau BPOM yang tidak sesuai memiliki dampak negatif bagi masyarakat, terutama dari sisi kesehatan. Risiko utamanya meliputi kontaminasi tinggi akibat pengemasan yang tidak higienis dan tidak memenuhi standar industri, sehingga konsumen lebih rentan mengalami iritasi, infeksi, alergi kulit, atau gangguan kesehatan lainnya. Hal ini

⁶⁵Ibu Sasa, “Wawancara dengan Ibu Sasa, Staf BPOM, 05 Januari 2026.

⁶⁶Ibu Siti, "Wawancara dengan Ibu Siti, Penjual *skincare share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Lakessi Kota Parepare, 01 Januari 2026.

⁶⁷Ibu Nara, "Wawancara dengan Ibu Nara, Penjual *skincare share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Lakessi Kota Parepare, 02 Januari 2026.

menunjukkan pentingnya memperhatikan label resmi BPOM dan prosedur keamanan produk sebelum membeli atau menggunakan skincare.

Dari hasil wawancara dengan Ibu Cinta selaku pembeli skincare *share in jar* tanpa label BPOM, beliau mengatakan:

“Sebenarnya kalau saya pribadi tidak terlalu tahu risikonya apa, tapi setahu saya kalau skincare yang tidak berBPOM itu berbahaya bagi kesehatan”.⁶⁸

Sedangkan dari hasil wawancara dengan Ibu Mina selaku pembeli skincare *share in jar* tanpa label BPOM, beliau mengatakan:

“Masalah seperti ini kadang tidak disadari pembeli, terutama jika label yang ada tidak mencantumkan komposisi, tanggal kedaluwarsa, atau informasi penting lain yang wajib menurut hukum terbiasa membeli jenis ini karena rekomendasi teman atau online”.⁶⁹

Berdasarkan hasil wawancara diatas dijelaskan bahwa konsumen menyadari bahwa penggunaan skincare tanpa izin BPOM berpotensi berbahaya bagi kesehatan, meskipun ia sendiri tidak terlalu memahami risiko spesifiknya. Selain itu, banyak pembeli yang tidak menyadari risiko ini karena kurangnya informasi pada produk, seperti komposisi, tanggal kedaluwarsa, atau label wajib lainnya, dan cenderung membeli produk tersebut berdasarkan rekomendasi teman atau promosi online.

⁶⁸Ibu Cinta, "Wawancara dengan Ibu Cinta, Pembeli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Lakessi Kota Parepare, 03 Januari 2026.

⁶⁹Ibu Mina, "Wawancara dengan Ibu Mina, Pembeli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Lakessi Kota Parepare, 04 Januari 2026.

b. Dampak Hukum dan Regulasi

Menurut peraturan BPOM Indonesia produk *share in jar* tergolong sebagai kosmetik ilegal jika tidak sesuai standar BPOM karena kemasan dan ukurannya berbeda dari yang terdaftar, sehingga tidak diperbolehkan diedarkan. Pelaku usaha yang mengedarkan produk tanpa izin dapat dikenakan sanksi administratif dan denda, pencabutan izin edar, hingga tindakan hukum sesuai peraturan yang berlaku. Sehingga masyarakat didorong untuk memeriksa izin edar melalui sistem resmi BPOM seperti *Cek KLIK* atau aplikasi resmi sebelum membeli.

Peredaran kosmetik tanpa label atau izin edar dari BPOM merupakan pelanggaran serius terhadap ketentuan hukum di Indonesia, khususnya yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen serta berbagai regulasi turunan dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Dalam konteks ini, pelaku usaha yang memproduksi atau memperdagangkan kosmetik tanpa izin edar telah melanggar kewajiban dasar untuk menjamin keamanan, mutu, dan kejelasan informasi produk kepada konsumen.

Secara hukum, tindakan tersebut melanggar beberapa pasal penting. Pertama, Pasal 8 UU Perlindungan Konsumen melarang pelaku usaha memproduksi atau memperdagangkan barang yang tidak memenuhi standar atau tidak mencantumkan informasi yang benar dan jelas. Kosmetik tanpa label BPOM jelas tidak memenuhi standar keamanan dan tidak memberikan jaminan bahwa produk tersebut telah melalui uji kelayakan. Kedua, Pasal 19 mengatur tanggung jawab pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen akibat

penggunaan produk tersebut, termasuk ganti rugi atas kerusakan kesehatan. Ketiga, Pasal 62 menetapkan sanksi pidana bagi pelaku usaha yang melanggar ketentuan tersebut, berupa pidana penjara dan/atau denda.

Selain itu, berdasarkan regulasi dari BPOM seperti kewajiban notifikasi kosmetik, setiap produk yang beredar harus memiliki nomor izin edar sebagai bukti telah memenuhi persyaratan keamanan. Kosmetik tanpa label BPOM berpotensi mengandung bahan berbahaya seperti merkuri, hidrokuinon, atau zat kimia lain yang dapat membahayakan kesehatan pengguna, sehingga memperbesar risiko kerugian fisik maupun ekonomi bagi konsumen.

Dari perspektif perlindungan konsumen, peredaran kosmetik ilegal menunjukkan adanya pelanggaran terhadap hak-hak konsumen, khususnya hak atas keamanan, kenyamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang, serta hak untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur. Ketika label BPOM tidak ada, konsumen kehilangan dasar untuk menilai kualitas dan keamanan produk, sehingga posisi konsumen menjadi sangat dirugikan.

Peredaran kosmetik tanpa label BPOM bukan hanya pelanggaran administratif, tetapi juga merupakan tindak pidana yang merugikan masyarakat luas. Penegakan hukum yang tegas, peningkatan pengawasan oleh BPOM, serta kesadaran konsumen untuk memilih produk yang telah terdaftar menjadi langkah penting dalam mencegah praktik ini. Pelaku usaha wajib mematuhi seluruh ketentuan hukum yang berlaku agar tercipta perlindungan konsumen yang optimal dan berkeadilan.

Seperti dari hasil wawancara dengan Ibu Sasa selaku Staf BPOM, beliau mengatakan:

“Penjual dan pembeli yang terlibat dalam perdagangan produk tanpa label BPOM akan berpotensi berhadapan dengan tindakan hukum, baik berupa denda maupun pencabutan izin usaha. Ketika adanya peredaran skincare *share in jar* tanpa label BPOM, efektivitas hukum belum sepenuhnya tercapai. Hal ini dapat dilihat dari masih banyaknya pelaku usaha yang menjual produk tersebut secara bebas di Pasar Sentral Lakessi tanpa memperhatikan ketentuan mengenai keamanan, izin edar, serta label resmi dari BPOM. Kondisi ini menunjukkan bahwa aturan hukum yang mengatur peredaran kosmetik belum sepenuhnya dipatuhi oleh pelaku usaha maupun konsumen”.⁷⁰

Berdasarkan hasil wawancara diatas dijelaskan bahwa penjual dan pembeli yang terlibat dalam perdagangan produk tanpa label BPOM menghadapi risiko hukum yang nyata, termasuk kemungkinan dikenakan denda dan pencabutan izin usaha. Hal ini menekankan pentingnya kepatuhan terhadap regulasi BPOM untuk menjaga keamanan konsumen dan keberlanjutan usaha.

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat dikaitkan dengan teori efektivitas hukum. Dari fenomena tersebut menunjukkan masih rendahnya efektivitas penerapan hukum perlindungan konsumen dan pengawasan terhadap peredaran kosmetik di masyarakat. Jika dikaitkan dengan teori efektivitas hukum, suatu aturan hukum dapat dikatakan efektif apabila mampu dipatuhi dan dijalankan oleh masyarakat serta didukung oleh aparat penegak hukum, sarana yang memadai, dan kesadaran hukum masyarakat. Dalam konteks peredaran skincare *share in jar* tanpa label BPOM, efektivitas hukum belum sepenuhnya tercapai. Hal ini dapat dilihat dari masih banyaknya pelaku usaha yang menjual produk tersebut secara bebas di Pasar Sentral Lakessi tanpa memperhatikan ketentuan mengenai keamanan, izin edar, serta label resmi dari BPOM. Kondisi

⁷⁰Ibu Sasa, “Wawancara dengan Ibu Sasa, Staf BPOM, 05 Januari 2026.

ini menunjukkan bahwa aturan hukum yang mengatur peredaran kosmetik belum sepenuhnya dipatuhi oleh pelaku usaha maupun konsumen.

Menurut teori efektivitas hukum yang dikemukakan oleh Soerjono Soekanto, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi efektivitas hukum, yaitu faktor hukum itu sendiri, faktor penegak hukum, faktor sarana atau fasilitas, faktor masyarakat, dan faktor kebudayaan. Kelima faktor tersebut memiliki pengaruh terhadap terjadinya praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM. Pertama, dari segi faktor hukum, sebenarnya telah terdapat berbagai peraturan yang mengatur mengenai perlindungan konsumen dan keamanan produk kosmetik, seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen serta peraturan BPOM mengenai izin edar kosmetik. Namun, keberadaan peraturan tersebut belum sepenuhnya memberikan efek jera bagi pelaku usaha karena masih lemahnya implementasi dan pengawasan di lapangan. Kedua, faktor penegak hukum juga berperan penting dalam menentukan efektivitas hukum. Pengawasan terhadap peredaran kosmetik ilegal atau tanpa izin edar di pasar tradisional masih belum optimal. Hal ini dapat disebabkan oleh keterbatasan sumber daya aparat pengawas serta luasnya wilayah pengawasan sehingga praktik penjualan skincare tanpa label BPOM masih dapat ditemukan. Ketiga, faktor sarana dan fasilitas turut mempengaruhi efektivitas hukum. Kurangnya fasilitas pengawasan, keterbatasan tenaga pengawas, serta minimnya sosialisasi mengenai bahaya penggunaan produk kosmetik yang tidak memiliki izin edar membuat masyarakat kurang mendapatkan informasi yang memadai mengenai risiko penggunaan produk tersebut. Keempat, faktor masyarakat juga sangat menentukan. Banyak konsumen yang tertarik membeli skincare *share in jar*

karena harganya lebih murah dibandingkan produk asli yang dijual dalam kemasan penuh. Selain itu, adanya pengaruh tren kecantikan di media sosial serta keinginan untuk mencoba berbagai produk skincare membuat masyarakat kurang memperhatikan aspek keamanan dan legalitas produk yang mereka beli. Kelima, faktor kebudayaan atau kebiasaan dalam masyarakat turut mendukung terjadinya praktik tersebut. Dalam kehidupan sehari-hari, masyarakat cenderung lebih mempertimbangkan faktor ekonomi dan kemudahan memperoleh produk dibandingkan dengan memperhatikan aspek hukum dan kesehatan. Hal ini menyebabkan praktik jual beli skincare tanpa label BPOM menjadi hal yang dianggap biasa dan terus berlangsung.

Disimpulkan bahwa praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare menunjukkan bahwa efektivitas hukum dalam mengatur peredaran kosmetik masih belum optimal. Oleh karena itu, diperlukan upaya yang lebih serius dari berbagai pihak, baik pemerintah, aparat pengawas, pelaku usaha, maupun masyarakat untuk meningkatkan kesadaran hukum, memperkuat pengawasan, serta memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai pentingnya menggunakan produk kosmetik yang aman dan telah memiliki izin edar resmi. Dengan adanya kerja sama dari berbagai pihak tersebut, diharapkan peredaran kosmetik ilegal dapat diminimalisir dan perlindungan terhadap konsumen dapat terwujud secara lebih efektif.

c. Dampak Ekonomi

Perdagangan *skincare share in jar* di pasar seperti Sentral Lakessi berdampak pada kerugian bagi produsen resmi yang sudah mematuhi aturan BPOM karena adanya persaingan tidak sehat dari produk ilegal yang lebih

murah namun tidak aman. Kerentanan UMKM lokal yang mematuhi aturan karena konsumen cenderung memilih produk ilegal yang lebih murah tanpa mengetahui risikonya. Potensi kerugian finansial pada konsumen bila produk yang dibeli menyebabkan efek samping dan harus diobati, serta biaya penanganan dampak kesehatan.

Dari hasil wawancara dengan Ibu Mina selaku pembeli skincare *share in jar* tanpa label BPOM, beliau mengatakan:

“Saya memperoleh akses ke produk perawatan kulit dengan harga lebih terjangkau, sehingga meningkatkan konsumsi kosmetik dan mendorong perputaran ekonomi lokal”.⁷¹

Sedangkan dari hasil wawancara dengan Ibu Siti selaku penjual skincare *share in jar* tanpa label BPOM, beliau mengatakan:

“Dari perspektif ekonomi, fenomena ini menunjukkan adanya interaksi kompleks antara kebutuhan masyarakat akan produk perawatan kulit yang murah dan strategi pedagang untuk memenuhi permintaan pasar dengan biaya rendah. Pembeli terdorong untuk membeli produk tersebut karena keterbatasan daya beli, sedangkan pedagang memanfaatkan celah regulasi untuk menawarkan produk tanpa label BPOM. Akibatnya, aktivitas jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM menjadi praktik ekonomi yang signifikan di Pasar Sentral Lakessi, Kota Parepare”.⁷²

Kemudian hasil wawancara dengan Ibu Nara selaku penjual skincare *share in jar* tanpa label BPOM, beliau mengatakan:

“Fenomena ini memunculkan berbagai dampak ekonomi. Di satu sisi, masyarakat dapat memenuhi kebutuhan kosmetik dengan harga yang lebih terjangkau. Di sisi lain, risiko kesehatan akibat penggunaan produk ilegal berpotensi menimbulkan biaya tambahan bagi konsumen dan

⁷¹Ibu Mina, "Wawancara dengan Ibu Mina, Pembeli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Lakessi Kota Parepare, 04 Januari 2026.

⁷²Ibu Siti, "Wawancara dengan Ibu Siti, Penjual skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Lakessi Kota Parepare, 01 Januari 2026.

beban bagi sistem kesehatan lokal. Oleh karena itu, pemahaman tentang dampak ekonomi yang memengaruhi masyarakat dalam membeli produk skincare *share in jar* tanpa label BPOM menjadi penting untuk dianalisis, baik dari sisi perilaku konsumen maupun dinamika pasar lokal”.⁷³

Sedangkan dari hasil wawancara dengan Ibu Sasa selaku Staf BPOM, beliau mengatakan:

“Jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM memberikan dampak ekonomi yang bersifat ganda. Di satu sisi, masyarakat mendapatkan produk dengan harga lebih terjangkau, sehingga mendorong aksesibilitas kosmetik dan meningkatkan perputaran ekonomi lokal. Di sisi lain, produk yang tidak terdaftar resmi berisiko menimbulkan masalah kesehatan, yang dapat menimbulkan biaya tambahan bagi konsumen dan menurunkan kepercayaan terhadap pedagang lokal. Praktik ini juga berpotensi merusak iklim persaingan usaha karena menekan pedagang resmi yang mematuhi regulasi BPOM”.⁷⁴

Berdasarkan hasil wawancara informan diatas dijelaskan bahwa terdapat dampak ekonomi seperti produk lebih terjangkau sehingga meningkatkan akses masyarakat terhadap kosmetik dan mendorong perputaran ekonomi lokal. Negatifnya, risiko kesehatan akibat produk yang tidak terdaftar dapat menimbulkan biaya tambahan bagi konsumen, menurunkan kepercayaan terhadap pedagang lokal, dan merusak persaingan usaha karena menekan pedagang resmi yang mematuhi regulasi BPOM.

Dari hasil wawancara dengan Ibu Mirni selaku agen resmi penjual kosmetik, beliau mengatakan:

“Sebenarnya saya juga menjual produk yang tanpa label BPOM. Tapi saya juga menjual yang berBPOM. Dari keuntungan skincare *share in jar* yang berlabel BPOM saya untung sedikit dibanding yang tanpa label

⁷³Ibu Nara, "Wawancara dengan Ibu Nara, Penjual skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Lakessi Kota Parepare, 02 Januari 2026.

⁷⁴Ibu Sasa, "Wawancara dengan Ibu Sasa, Staf BPOM, 05 Januari 2026.

BPOM, karena banyak peminatnya dibanding yang berBPOM. Praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di pasar dipengaruhi oleh faktor ekonomi masyarakat. Harga produk yang lebih murah dibandingkan produk original menjadi daya tarik utama, terutama bagi konsumen dengan daya beli rendah. Kondisi ekonomi ini mendorong masyarakat untuk memilih alternatif yang lebih terjangkau meskipun tidak memiliki jaminan keamanan dan legalitas. Menurut saya sebagai penjual, praktik ini juga memberikan peluang keuntungan yang cukup besar dengan modal yang relatif kecil. Tingginya permintaan pasar terhadap produk skincare murah membuat peredaran *share in jar* semakin meningkat. Namun, agen resmi seperti saya menilai bahwa hal ini dapat merugikan industri kosmetik yang legal serta berpotensi membahayakan kesehatan konsumen karena tidak adanya pengawasan dari BPOM”.⁷⁵

Penjualan *skincare share in jar* tanpa label BPOM didorong oleh faktor ekonomi karena harganya lebih murah dan banyak diminati, sehingga memberikan keuntungan bagi penjual. Namun, praktik ini berisiko merugikan industri kosmetik resmi dan membahayakan kesehatan konsumen karena tidak terjamin keamanan serta legalitasnya.

d. Dampak Sosial

Kepercayaan masyarakat terhadap pasar lokal bisa menurun apabila banyak produk ilegal beredar secara bebas, sehingga bisa berpengaruh pada citra Pasar Sentral Lakessi. Literasi konsumen menjadi krusial kurangnya pemahaman tentang risiko produk tanpa BPOM dapat menyebabkan pembelian tanpa pertimbangan kesehatan jangka panjang.

Dari hasil wawancara dengan Ibu Sasa selaku Staf BPOM, beliau mengatakan:

⁷⁵Ibu Mirni, "Wawancara dengan Ibu Mirni, Agen Resmi Penjual skincare *share in jar* label BPOM di Pasar Lakessi Kota Parepare, 02 Januari 2026.

“Dampak sosial dari praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Sentral Lakessi menimbulkan risiko kesehatan, dipengaruhi kuat oleh faktor sosial, serta menunjukkan rendahnya kesadaran regulasi di masyarakat. Perilaku ini mencerminkan keseimbangan antara kebutuhan estetika, tekanan sosial, dan keterbatasan informasi, sekaligus menimbulkan tantangan bagi edukasi konsumen terkait keamanan kosmetik”.⁷⁶

Sedangkan hasil wawancara dengan Ibu Cinta selaku pembeli skincare *share in jar* tanpa label BPOM, beliau mengatakan:

“Saya terdorong membeli produk karena tren, rekomendasi teman, atau testimoni di media sosial. Sehingga lingkungan sosial menjadi faktor dominan yang memengaruhi keputusan saya dalam membeli, meskipun produk tidak memiliki izin resmi”.⁷⁷

Berdasarkan hasil wawancara informan diatas dijelaskan bahwa praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Sentral Lakessi menimbulkan risiko kesehatan bagi konsumen dan dipengaruhi secara kuat oleh faktor sosial. Rendahnya kesadaran masyarakat terhadap regulasi kosmetik membuat mereka tetap terdorong membeli produk karena tekanan sosial, tren, rekomendasi teman, atau testimoni di media sosial. Fenomena ini menunjukkan adanya keseimbangan antara kebutuhan estetika dan pengaruh lingkungan sosial dengan keterbatasan informasi tentang keamanan produk, sekaligus menimbulkan tantangan dalam edukasi konsumen terkait pentingnya memilih kosmetik yang aman dan resmi.

Berdasarkan hasil penelitian diatas disimpulkan bahwa dampak yang mempengaruhi masyarakat dalam melakukan jual beli skincare *share in jar*

⁷⁶Ibu Sasa, “Wawancara dengan Ibu Sasa, Staf BPOM, 05 Januari 2026.=

⁷⁷Ibu Cinta, "Wawancara dengan Ibu Cinta, Pembeli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Lakessi Kota Parepare, 03 Januari 2026.

tanpa label BPOM Di Pasar Senteral Lakessi yaitu Dampak kesehatan bagi konsumen, Dampak Hukum/Regulasi, Dampak ekonomi dan Dampak sosial.

2. Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Skincare *Share In Jar* Tanpa Label BPOM di Pasar Senteral Lakessi Kota Parepare

Salah satu fenomena yang menarik perhatian adalah praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM yang banyak dijumpai di pasar tradisional, termasuk di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare. Produk skincare *share in jar* umumnya merupakan produk yang dikemas ulang dari produk berukuran besar ke dalam wadah kecil tanpa mencantumkan informasi yang lengkap mengenai komposisi, tanggal kedaluwarsa, cara penggunaan, serta izin edar. Produk ini biasanya dijual dengan harga yang lebih terjangkau sehingga menarik minat konsumen, khususnya dari kalangan ekonomi menengah ke bawah.

Namun demikian, praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM menimbulkan berbagai persoalan, baik dari sisi kesehatan, hukum positif, maupun hukum Islam. Dari aspek kesehatan, produk skincare tanpa izin edar berpotensi mengandung bahan berbahaya seperti merkuri, hidrokuinon, atau bahan kimia lain yang dapat merusak kulit dan membahayakan kesehatan konsumen. Ketiadaan label dan izin resmi juga menyebabkan konsumen tidak memperoleh informasi yang memadai mengenai keamanan dan kehalalan produk yang digunakan.

Dalam perspektif hukum Islam, aktivitas jual beli pada dasarnya diperbolehkan (*mubah*) selama memenuhi rukun dan syarat jual beli serta tidak mengandung unsur yang dilarang oleh syariat, seperti gharar, tadlis (penipuan),

dharar (bahaya), dan zulm (kezaliman). Islam menekankan prinsip kejujuran, keterbukaan, dan keadilan dalam setiap transaksi muamalah. Sebagaimana ditegaskan dalam Al-Qur'an dan Hadis, seorang penjual wajib menyampaikan kondisi barang secara jelas dan tidak menyembunyikan cacat atau informasi penting yang bisa merugikan pembeli.

Dari hasil wawancara dengan Ibu Cinta selaku pembeli skincare *share in jar* tanpa label BPOM, beliau mengatakan:

“Dalam perspektif hukum Islam, aktivitas jual beli pada prinsipnya diperbolehkan (*mubah*) selama memenuhi rukun dan syarat yang telah ditetapkan syariat. Transaksi muamalah harus terbebas dari unsur-unsur yang dilarang, seperti gharar, tadlis, dharar, dan zulm, karena unsur-unsur tersebut berpotensi menimbulkan kerugian dan ketidakadilan bagi salah satu pihak”.⁷⁸

Sedangkan dari hasil wawancara dengan Ibu Mina selaku pembeli skincare *share in jar* tanpa label BPOM, beliau mengatakan:

“Islam menempatkan nilai kejujuran, keterbukaan, dan keadilan sebagai landasan utama dalam setiap transaksi jual beli. Penjual memiliki kewajiban moral dan hukum untuk menjelaskan kondisi barang secara transparan, termasuk menyampaikan cacat atau informasi penting yang berkaitan dengan barang yang diperjualbelikan. Dengan menerapkan prinsip-prinsip tersebut, jual beli tidak hanya sah secara hukum Islam, tetapi juga mencerminkan etika bisnis Islami yang bertujuan mewujudkan kemaslahatan dan keadilan bagi semua pihak”.⁷⁹

Berdasarkan hasil wawancara diatas dijelaskan bahwa pada perspektif hukum Islam, aktivitas jual beli pada dasarnya diperbolehkan (*mubah*) selama

⁷⁸Ibu Cinta, "Wawancara dengan Ibu Cinta, Pembeli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Lakessi Kota Parepare, 03 Januari 2026.

⁷⁹Ibu Mina, "Wawancara dengan Ibu Mina, Pembeli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Lakessi Kota Parepare, 04 Januari 2026.

memenuhi rukun dan syarat yang ditetapkan syariat serta terbebas dari unsur terlarang seperti gharar, tadlis, dharar, dan zulm.

Praktik penjualan skincare *share in jar* tanpa label BPOM berpotensi mengandung unsur gharar, karena konsumen tidak mengetahui secara pasti kandungan, keamanan, dan legalitas produk yang dibelinya. Selain itu, praktik ini juga dapat mengarah pada unsur tadlis, apabila penjual tidak menjelaskan bahwa produk tersebut tidak memiliki izin edar resmi atau dikemas ulang tanpa standar yang jelas. Jika produk tersebut terbukti membahayakan kesehatan konsumen, maka unsur dharar pun tidak dapat dihindari, sedangkan kaidah fikih menegaskan bahwa “segala bentuk bahaya harus dihilangkan” (*ad-dhararu yuzal*).

Praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Senteral Lakessi Kota Parepare bertentangan dengan prinsip hukum Islam, karena melanggar QS. An-Nisa: 29 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ

Ayat tersebut menjelaskan terkait larangan transaksi batil dan tidak transparan, serta tidak memenuhi syarat objek jual beli dalam fiqh muamalah (tidak jelas, berpotensi mudharat). Oleh karena itu, praktik ini dapat dikategorikan sebagai jual beli yang mengandung gharar dan berstatus tidak sah atau haram.

Dari hasil wawancara dengan Ibu Mirni selaku agen resmi penjual kosmetik, beliau mengatakan:

“Kalau menurut saya dalam alquran memang tidak dianjurkan menjual produk yang berbahaya. Setahu saya dalam surah An-Nisa: 29 menjelaskan terkait larangan transaksi batil dan tidak transparan. Karena itu, praktik ini dapat dikategorikan sebagai jual beli yang mengandung gharar dan berstatus tidak sah atau haram.”⁸⁰

Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare sebagai salah satu pusat aktivitas perdagangan masyarakat menjadi ruang interaksi ekonomi yang penting antara penjual dan pembeli. Realitas sosial di pasar ini menunjukkan adanya kebutuhan masyarakat terhadap produk skincare dengan harga terjangkau, namun di sisi lain terdapat risiko yang menyertai praktik jual beli tersebut.

Dari hasil wawancara dengan Ibu Sasa selaku Staf BPOM, beliau mengatakan:

“Tinjauan hukum Islam terhadap praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare, bahwa praktik tersebut tidak sepenuhnya sesuai dengan prinsip-prinsip jual beli dalam Islam. Meskipun rukun dan syarat jual beli secara umum seperti adanya penjual, pembeli, akad, dan objek jual beli telah terpenuhi, namun terdapat pelanggaran terhadap prinsip kejujuran (*ṣidq*), kejelasan (*bayān*), dan keamanan barang (*hifz al-nafs*). Produk skincare tanpa label BPOM tidak memberikan kepastian mengenai kandungan, keamanan, serta kelayakan penggunaan, sehingga mengandung unsur gharar (ketidakjelasan) dan berpotensi menimbulkan darar (bahaya) bagi konsumen. Dalam perspektif hukum Islam, segala bentuk muamalah yang menimbulkan mudarat dan tidak menjamin keselamatan jiwa dan kesehatan manusia hukumnya dilarang. Oleh karena itu, jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM dipandang tidak dibenarkan menurut hukum Islam selama belum ada jaminan kehalalan, keamanan, dan kejelasan produk. Praktik jual beli yang sesuai dengan syariat seharusnya mengedepankan kemaslahatan, transparansi informasi, serta

⁸⁰Ibu Mirni, "Wawancara dengan Ibu Mirni, Agen Resmi Penjual skincare *share in jar* label BPOM di Pasar Lakessi Kota Parepare, 02 Januari 2026.

perlindungan terhadap konsumen, sehingga tujuan utama syariat Islam (maqasid al-syariah) dapat tercapai”.⁸¹

Berdasarkan hasil wawancara diatas dijelaskan bahwa tinjauan hukum Islam, praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare tidak sepenuhnya sesuai dengan prinsip jual beli dalam Islam. Meskipun rukun dan syarat jual beli secara formal telah terpenuhi, praktik tersebut melanggar prinsip kejujuran (*sidq*), kejelasan (*bayan*), dan perlindungan terhadap keselamatan jiwa (*hifz al-nafs*). Ketiadaan label BPOM menyebabkan ketidakjelasan mengenai kandungan, keamanan, dan kelayakan produk, sehingga mengandung unsur gharar dan berpotensi menimbulkan darar bagi konsumen. Dalam perspektif hukum Islam, muamalah yang mengandung ketidakjelasan dan berpotensi membahayakan kesehatan hukumnya tidak dibenarkan. Oleh karena itu, praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM dipandang tidak sah menurut hukum Islam selama belum ada jaminan kehalalan, keamanan, dan kejelasan produk. Jual beli yang sesuai dengan syariat Islam seharusnya mengutamakan kemaslahatan, transparansi, serta perlindungan konsumen demi tercapainya tujuan syariat (maqasid al-syariah).

Dari hasil wawancara dengan Ibu Cinta selaku pembeli skincare *share in jar* tanpa label BPOM, beliau mengatakan:

“Dalam perspektif hukum Islam tidak dibenarkan, karena mengandung unsur *gharar* (ketidakjelasan) terkait komposisi, keamanan, dan kehalalan produk. Selain itu, ketiadaan izin BPOM menunjukkan belum adanya jaminan kemaslahatan dan keamanan bagi konsumen, yang berpotensi menimbulkan mudharat. Padahal, dalam Islam, jual beli harus memenuhi prinsip kejujuran, transparansi, dan tidak merugikan pihak lain. Oleh karena itu, praktik tersebut bertentangan dengan prinsip

⁸¹Ibu Sasa, “Wawancara dengan Ibu Sasa, Staf BPOM, 05 Januari 2026.

muamalah Islam yang menekankan perlindungan dan kemaslahatan umat”.⁸²

Sedangkan dari hasil wawancara dengan Ibu Mina selaku pembeli skincare *share in jar* tanpa label BPOM, beliau mengatakan:

“Praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare, bahwa praktik tersebut masih banyak ditemukan dan dilakukan oleh para pedagang dengan berbagai alasan, antara lain untuk menekan harga jual, menjangkau konsumen dari kalangan ekonomi menengah ke bawah, serta tingginya permintaan pasar terhadap produk skincare dengan harga terjangkau. Skincare *share in jar* umumnya merupakan produk yang dikemas ulang dari kemasan asli ke dalam wadah kecil tanpa mencantumkan informasi yang jelas mengenai komposisi, tanggal kedaluwarsa, cara penggunaan, maupun nomor izin edar dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Ditinjau dari perspektif hukum Islam, praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM mengandung beberapa unsur yang bertentangan dengan prinsip muamalah Islam. Salah satu prinsip utama dalam jual beli Islam adalah adanya kejelasan (*al-bayān*) dan keterbukaan informasi antara penjual dan pembeli. Dalam praktik ini, ketidakjelasan asal-usul produk, kandungan bahan, serta keamanan penggunaan menunjukkan adanya unsur *gharar* (ketidakpastian), yang dilarang dalam Islam karena berpotensi merugikan salah satu pihak, khususnya konsumen. Selain itu, prinsip *hifz an-nafs* (menjaga keselamatan jiwa) dan *hifz al-māl* (menjaga harta) dalam maqāṣid al-syarī‘ah juga tidak terpenuhi. Produk skincare yang tidak memiliki izin BPOM berpotensi membahayakan kesehatan pengguna, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Islam sangat menekankan larangan terhadap segala bentuk perbuatan yang dapat menimbulkan mudarat, sebagaimana kaidah fikih “*lā ḍarar wa lā ḍirār*” (tidak boleh menimbulkan bahaya dan tidak boleh saling membahayakan). Dengan demikian, menjual produk yang belum terjamin keamanan dan mutunya termasuk perbuatan yang tidak sejalan dengan nilai-nilai syariat Islam. Dari aspek etika bisnis Islam, praktik tersebut juga belum mencerminkan nilai kejujuran (*ṣidq*), amanah, dan

⁸²Ibu Cinta, "Wawancara dengan Ibu Cinta, Pembeli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Lakessi Kota Parepare, 03 Januari 2026.

tanggung jawab. Penjual seharusnya memberikan informasi yang benar dan lengkap mengenai produk yang dijual agar konsumen dapat mengambil keputusan secara sadar dan adil. Ketidakhadiran label BPOM serta informasi produk lainnya berpotensi menyesatkan konsumen, meskipun tidak selalu disertai niat untuk menipu. Namun demikian, dalam Islam, akibat dari perbuatan yang merugikan tetap menjadi pertimbangan hukum, bukan semata-mata niat pelaku”.⁸³

Berdasarkan hasil wawancara diatas dijelaskan bahwa praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare masih banyak dilakukan oleh para pedagang. Praktik ini didorong oleh beberapa faktor, seperti upaya menekan harga jual, menjangkau konsumen dari kalangan ekonomi menengah ke bawah, serta tingginya permintaan pasar terhadap produk skincare dengan harga terjangkau. Namun, produk *share in jar* tersebut umumnya tidak dilengkapi dengan informasi penting seperti komposisi bahan, tanggal kedaluwarsa, cara penggunaan, serta nomor izin edar BPOM, sehingga menimbulkan ketidakjelasan terkait keamanan dan kualitas produk. Ditinjau dari perspektif hukum Islam, praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM bertentangan dengan prinsip muamalah Islam, khususnya prinsip kejelasan (*al-bayān*) dan keterbukaan informasi. Ketidakjelasan asal-usul dan kandungan produk mengandung unsur *gharar*, yang dilarang karena berpotensi merugikan konsumen. Selain itu, praktik tersebut tidak sejalan dengan *maqasid al-syariah*, terutama prinsip *hifz an-nafs* (perlindungan jiwa) dan *hifz al-mal* (perlindungan harta), mengingat produk tanpa izin BPOM berisiko membahayakan kesehatan pengguna. Dari sudut pandang etika bisnis Islam, praktik ini juga belum mencerminkan nilai kejujuran (*ṣidq*), amanah, dan

⁸³Ibu Mina, "Wawancara dengan Ibu Mina, Pembeli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Lakessi Kota Parepare, 04 Januari 2026.

tanggung jawab. Penjual memiliki kewajiban moral dan syar‘i untuk memberikan informasi yang benar dan lengkap kepada konsumen. Meskipun tidak selalu dilandasi niat menipu, praktik yang berpotensi menimbulkan mudarat tetap dipandang tidak dibenarkan dalam Islam, sesuai dengan kaidah fikih *la ḍarar wa la dirar*. Dengan demikian, praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM tidak sejalan dengan prinsip hukum dan etika bisnis Islam.

Dari hasil wawancara dengan Ibu Cinta selaku pembeli skincare *share in jar* tanpa label BPOM, beliau mengatakan:

“Menurut pandangan banyak ulama dalam hukum Islam, jual beli skincare tanpa BPOM yang tidak memberikan informasi jelas dan menimbulkan risiko bagi pembeli tidak sesuai dengan prinsip syariah”.⁸⁴

Sedangkan dari hasil wawancara dengan Ibu Mina selaku pembeli skincare *share in jar* tanpa label BPOM, beliau mengatakan:

“Jual beli kosmetik *share in jar* tanpa label BPOM sebenarnya tidak memenuhi standar transparansi dan keamanan, sehingga berpotensi *mudarat*. Namun bila ada ketidakjelasan informasi produk, akad dapat tercemar dengan gharar (*ketidakpastian*), yang dibenci bahkan dipandang tidak sah oleh sebagian ulama Islam. Praktik ini bertentangan dengan prinsip fiqh muamalah yang menuntut kejelasan, keamanan, dan keadilan bagi konsumen”.⁸⁵

Kemudian hasil wawancara dengan Ibu Nara selaku penjual skincare *share in jar* tanpa label BPOM, beliau mengatakan:

“Praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare tidak dibenarkan dalam hukum Islam. Hal

⁸⁴Ibu Cinta, "Wawancara dengan Ibu Cinta, Pembeli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Lakessi Kota Parepare, 03 Januari 2026.

⁸⁵Ibu Mina, "Wawancara dengan Ibu Mina, Pembeli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Lakessi Kota Parepare, 04 Januari 2026.

ini karena praktik tersebut mengandung unsur *gharar* (ketidakjelasan), berpotensi menimbulkan mudarat bagi konsumen, serta tidak memenuhi prinsip keadilan, kejelasan, dan kemaslahatan dalam transaksi muamalah. Dalam Islam, setiap aktivitas ekonomi harus dilandasi prinsip halal, aman, transparan, dan memberikan manfaat bagi semua pihak. Produk yang tidak memiliki kejelasan izin edar dan keamanan berpotensi merugikan konsumen, sehingga bertentangan dengan tujuan syariat (*maqashid syariah*) dalam menjaga jiwa (*hifz al-nafs*) dan harta (*hifz al-mal*)”.⁸⁶

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare tidak dibenarkan dalam hukum Islam, karena mengandung unsur *gharar*, berpotensi menimbulkan mudarat, serta tidak memenuhi prinsip keadilan, kejelasan, dan kemaslahatan dalam transaksi muamalah. Islam menganjurkan agar setiap aktivitas ekonomi dilakukan secara halal, aman, transparan, dan membawa manfaat bagi semua pihak. Dengan demikian, diperlukan kesadaran dari para pedagang untuk mematuhi ketentuan hukum yang berlaku dan nilai-nilai syariat Islam, serta peran aktif pemerintah dan masyarakat dalam memberikan edukasi dan pengawasan demi terciptanya praktik perdagangan yang sehat, aman, dan sesuai dengan ajaran Islam.

B. PEMBAHASAN

1. Praktik Jual Beli Skincare *Share In Jar* Tanpa Label BPOM di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare

Perkembangan industri kosmetik dan perawatan kulit di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan seiring dengan meningkatnya kesadaran

⁸⁶Ibu Nara, "Wawancara dengan Ibu Nara, Penjual skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Lakessi Kota Parepare, 02 Januari 2026.

masyarakat akan penampilan dan kesehatan kulit. Skincare menjadi salah satu produk yang banyak dicari, terutama oleh kalangan remaja dan dewasa muda. Seiring dengan permintaan yang tinggi, muncul beragam model penjualan, salah satunya adalah praktik *share in jar*, yaitu pembelian skincare dalam kemasan kecil hasil pengemasan ulang dari produk asli atau pembuatan sendiri.

Praktik *share in jar* banyak diminati karena harganya relatif lebih murah dibandingkan membeli produk resmi dalam kemasan pabrikan, serta memberikan kemudahan mencoba berbagai jenis produk tanpa harus membeli kemasan penuh. Namun, kegiatan ini sering kali dilakukan tanpa izin resmi dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), sehingga menimbulkan risiko bagi konsumen terkait keamanan dan legalitas produk. Produk yang tidak memiliki label resmi BPOM berpotensi mengandung bahan berbahaya, mengalami kontaminasi mikroba, atau tidak sesuai dengan standar kualitas yang berlaku.

Di Pasar Sentral Lakessi, Kota Parepare, praktik jual beli skincare *share in jar* semakin marak. Banyak pedagang yang menjual produk ini secara langsung kepada konsumen tanpa memberikan informasi yang lengkap mengenai kandungan, tanggal kadaluarsa, dan izin edar. Hal ini menimbulkan kekhawatiran terhadap keselamatan konsumen dan menimbulkan dilema hukum, karena selain melanggar peraturan BPOM, praktik ini juga berisiko merugikan konsumen dari segi kesehatan.

Berdasarkan hasil penelitian dijelaskan bahwa praktik jual beli skincare *share in jar* merupakan salah satu kegiatan yang umum dijumpai di pasar. Praktik ini dilakukan dengan memindahkan isi produk skincare dari kemasan

aslinya ke dalam wadah lain yang lebih kecil untuk kemudian dijual kembali. Tujuan utama dari praktik ini adalah untuk menawarkan harga yang lebih terjangkau, memberikan kesempatan kepada konsumen untuk mencoba produk sebelum membeli ukuran penuh, serta memperluas akses masyarakat terhadap produk skincare tertentu. Dengan demikian, *share in jar* dipandang sebagai alternatif penjualan yang memudahkan konsumen, meskipun memiliki karakteristik berbeda dari penjualan produk dalam kemasan asli.

Menurut penulis menjelaskan bahwa praktik *share in jar* memiliki potensi risiko yang cukup besar, khususnya terkait aspek keamanan, kualitas, keaslian produk, dan kebersihan. Proses pemindahan produk ke dalam kemasan lain berpotensi menimbulkan kontaminasi serta sering kali tidak disertai informasi yang memadai, seperti izin edar, tanggal kedaluwarsa, dan komposisi produk. Meskipun praktik ini memberikan keuntungan secara ekonomi, terutama dari segi harga dan aksesibilitas, dari sudut pandang perlindungan konsumen dan kesehatan masyarakat diperlukan kehati-hatian serta pengawasan yang lebih ketat agar tidak menimbulkan kerugian bagi pengguna.

Berdasarkan hasil penelitian dijelaskan bahwa *share in jar* sebagai produk skincare eceran yang dipindahkan dari kemasan besar ke kemasan kecil dengan tujuan menekan harga. Ketertarikan terhadap *share in jar* didorong oleh faktor harga yang lebih terjangkau serta kemudahan dalam mencoba produk sebelum membeli ukuran penuh. Selain itu, *share in jar* dianggap praktis, hemat, dan sesuai untuk pemakaian jangka pendek, khususnya bagi pemula yang ingin mengenal atau menguji kecocokan suatu produk skincare.

Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare sebagai salah satu pusat perdagangan tradisional memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Namun, keberadaan praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di pasar tersebut menunjukkan adanya celah dalam sistem pengawasan dan penegakan hukum. Jika dibiarkan, praktik ini tidak hanya merugikan konsumen, tetapi juga berpotensi menimbulkan dampak jangka panjang terhadap kesehatan masyarakat serta merusak kepercayaan publik terhadap produk kosmetik secara umum.

Berdasarkan hasil penelitian dijelaskan bahwa praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Sentral Lakessi, Kota Parepare, berpotensi menimbulkan risiko bagi kesehatan konsumen. Produk yang dijual secara eceran tanpa kemasan resmi dan tanpa izin edar BPOM tidak menjamin keamanan, kualitas, dan efektivitasnya, sehingga dapat menyebabkan iritasi kulit, alergi, atau masalah kesehatan lainnya. Meskipun diminati karena harga yang lebih murah dan kemasan yang praktis, praktik ini termasuk ilegal dan tetap berisiko bagi pengguna. Wawancara menunjukkan adanya kesadaran dari penjual terkait risiko tersebut, tetapi permintaan pasar tetap tinggi.

Menurut penulis menjelaskan bahwa praktik *share in jar* di Pasar Sentral Lakessi, yaitu penjualan produk skincare dalam kemasan kecil tanpa label resmi BPOM, mencerminkan fenomena perdagangan kosmetik informal yang berkembang pesat. Praktik ini memberikan keuntungan ekonomi bagi pedagang dan kemudahan akses bagi konsumen karena harga yang lebih murah dan jumlah yang lebih kecil. Namun, produk yang dijual tanpa izin edar resmi menimbulkan risiko kesehatan serius bagi konsumen, seperti iritasi, alergi, atau

efek samping jangka panjang, serta risiko hukum bagi pedagang. Fenomena ini juga menunjukkan adanya vkekurangan pengawasan dan sosialisasi regulasi di pasar tradisional, sehingga sebagian pedagang merasa aman menjual produk ilegal. Secara keseluruhan, situasi ini menekankan perlunya upaya kolaboratif antara pemerintah, dinas kesehatan, pedagang, dan masyarakat untuk meningkatkan kesadaran tentang keamanan kosmetik, menegakkan regulasi, dan melindungi kesehatan konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian dijelaskan bahwa informan tertarik pada produk *share in jar* karena harga yang lebih murah dibandingkan produk resmi dan klaim efek cepat seperti mencerahkan kulit atau menghilangkan jerawat. Kebiasaan membeli produk ini sering dipengaruhi oleh rekomendasi teman atau testimoni online. Meskipun praktik jual beli skincare tanpa label BPOM menimbulkan kekhawatiran terhadap keamanan dan legalitas, pembeli tetap tertarik karena fleksibilitas kuantitas dan harga murah. Informan menyadari risiko kesehatan, termasuk kemungkinan adanya bahan berbahaya, namun kepercayaan terhadap penjual atau pengalaman pengguna lain sering membuat mereka tetap menggunakan produk tersebut.

Dari perspektif strategi pemasaran, penjualan *share in jar* juga memungkinkan bisnis untuk lebih mudah menjangkau berbagai segmen pasar, mulai dari pelajar dan mahasiswa, pekerja muda, hingga ibu rumah tangga yang ingin mencoba produk premium tanpa harus mengeluarkan biaya besar. Model ini juga mempermudah promosi melalui media sosial, karena ukuran kecil produk memudahkan untuk ditampilkan dalam konten visual seperti *review*,

tutorial, dan *unboxing*, yang kini menjadi cara efektif untuk menarik perhatian konsumen.

Dengan mempertimbangkan faktor keterjangkauan, fleksibilitas penggunaan, *sustainability*, serta strategi pemasaran yang efektif, model bisnis *share in jar* menjadi pilihan yang tepat dan inovatif bagi pelaku usaha di industri skincare. Melalui pendekatan ini, konsumen mendapatkan pengalaman mencoba berbagai produk dengan risiko lebih rendah, sementara penjual memiliki peluang untuk meningkatkan penjualan dan membangun hubungan yang lebih personal dengan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian dijelaskan bahwa penjualan produk skincare dalam bentuk *share in jar* dipilih karena memberikan manfaat yang signifikan baik bagi pembeli maupun penjual. Bagi pembeli, konsep ini menawarkan fleksibilitas dan aksesibilitas melalui harga yang lebih terjangkau serta jumlah produk yang lebih kecil, sehingga memungkinkan mereka mencoba produk terlebih dahulu tanpa risiko pemborosan atau ketidakcocokan dengan kondisi kulit. Selain itu, sistem ini memungkinkan personalisasi pembelian sesuai kebutuhan harian atau mingguan, yang meningkatkan kenyamanan dan minat beli. Sementara itu, bagi penjual, *share in jar* menjadi strategi pemasaran yang efektif untuk menjangkau pasar yang lebih luas, terutama konsumen pemula. Model ini dapat meningkatkan volume penjualan sekaligus berfungsi sebagai sarana promosi produk tanpa harus menanggung biaya kemasan penuh yang lebih mahal. Dengan pengelolaan yang higienis dan transparan, penjualan skincare *share in jar* menjadi solusi yang saling menguntungkan serta berpotensi meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Penjual memilih menjual skincare dalam bentuk *share in jar* merupakan keputusan yang strategis karena mampu memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak. Konsumen memperoleh kemudahan, keamanan, dan efisiensi biaya, sementara penjual mendapatkan peluang peningkatan penjualan, perluasan pasar, serta hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Dengan mempertimbangkan aspek ekonomi, kepercayaan, dan kebutuhan konsumen, *share in jar* menjadi solusi yang efektif dan relevan dalam bisnis skincare.

Industri skincare mengalami perkembangan yang sangat pesat seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap perawatan kulit. Berbagai merek dan jenis produk skincare bermunculan dengan inovasi yang beragam, baik dari segi kandungan, fungsi, maupun kemasan. Di tengah banyaknya pilihan tersebut, perilaku konsumen dalam membeli produk skincare juga mengalami perubahan. Salah satu fenomena yang cukup menonjol adalah meningkatnya minat konsumen terhadap pembelian skincare dalam bentuk *share in jar* yaitu pembelian produk yang dikemas ulang dalam ukuran lebih kecil dari kemasan aslinya.

Fenomena *share in jar* banyak dijumpai terutama di kalangan remaja dan dewasa muda. Bentuk pembelian ini dianggap lebih praktis dan ekonomis karena memungkinkan konsumen mencoba produk tanpa harus membeli kemasan penuh yang umumnya berharga lebih mahal. Selain itu, *share in jar* memberikan kesempatan bagi konsumen untuk menguji kecocokan produk dengan kondisi kulit mereka sebelum melakukan pembelian dalam ukuran besar, sehingga dapat meminimalkan risiko ketidakcocokan atau pemborosan.

Berdasarkan hasil penelitian dijelaskan bahwa pilihan informan terhadap skincare *share in jar* mencerminkan perilaku konsumsi yang semakin selektif, sadar risiko, dan berorientasi pada efisiensi. Konsumen tidak hanya mempertimbangkan kualitas produk, tetapi juga nilai guna, keamanan, serta kecocokan dengan kebutuhan pribadi sebelum melakukan pembelian dalam skala yang lebih besar.

Menurut penulis menjelaskan bahwa *share in jar* dipilih para konsumen sebagai alternatif yang diminati karena mampu memberikan keseimbangan antara efisiensi biaya, keamanan dalam mencoba produk, dan fleksibilitas penggunaan. Konsep ini memungkinkan konsumen untuk mencoba produk skincare tanpa harus membeli ukuran penuh, sehingga dapat meminimalkan risiko ketidakcocokan.

2. Dampak Yang Mempengaruhi Masyarakat Dalam Melakukan Jual Beli Skincare *Share In Jar* Tanpa Label BPOM Di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare

Perkembangan industri kosmetik, khususnya produk perawatan kulit atau skincare, menunjukkan pertumbuhan yang signifikan di Indonesia. Tren kecantikan dan perawatan diri semakin diminati oleh masyarakat dari berbagai kalangan, baik remaja maupun dewasa, sehingga mendorong meningkatnya permintaan terhadap produk-produk skincare. Salah satu bentuk inovasi yang muncul di pasar adalah produk skincare *share in jar* tanpa label resmi dari BPOM, yaitu produk yang dibagi-bagi ke dalam jar kecil untuk dijual kembali secara eceran. Fenomena ini menarik perhatian banyak pedagang dan konsumen

karena harga yang relatif lebih murah dan kemudahan akses dibandingkan produk skincare dengan izin resmi dari BPOM.

Namun, di balik kemudahan dan harga yang terjangkau, praktik jual beli skincare tanpa label BPOM menimbulkan berbagai risiko dan dampak yang dapat mempengaruhi masyarakat, baik dari sisi kesehatan, ekonomi, maupun sosial. Produk skincare yang tidak memiliki izin resmi BPOM tidak melalui uji keamanan, kualitas, dan efektivitas yang ketat. Hal ini dapat meningkatkan risiko terjadinya iritasi kulit, alergi, bahkan kerusakan kulit jangka panjang bagi konsumen yang menggunakan produk tersebut. Selain itu, konsumen seringkali sulit mengetahui kandungan bahan aktif dalam produk, sehingga potensi efek samping tidak dapat diantisipasi secara dini.

Dari perspektif ekonomi, praktik ini juga memunculkan dinamika tersendiri. Penjual mendapatkan peluang keuntungan yang lebih besar karena biaya produksi dan harga beli yang rendah, sementara konsumen tergiur dengan harga murah. Namun, hal ini dapat merugikan produsen resmi dan mengganggu persaingan usaha yang sehat. Di sisi lain, fenomena ini juga mencerminkan tingginya tingkat kesadaran masyarakat akan perawatan kulit, sekaligus menunjukkan adanya kebutuhan yang belum sepenuhnya dipenuhi oleh produk skincare resmi.

Selain dampak kesehatan dan ekonomi, aspek sosial budaya juga ikut terpengaruh. Masyarakat seringkali membangun pola konsumsi berdasarkan tren atau rekomendasi media sosial tanpa mempertimbangkan keamanan produk. Lingkungan pasar seperti Pasar Senteral Lakessi Kota Parepare menjadi cerminan nyata bagaimana praktik jual beli skincare tanpa label BPOM dapat

menyebarkan dengan cepat karena interaksi sosial, rekomendasi teman, maupun pengaruh influencer lokal. Fenomena ini menimbulkan tantangan bagi pemerintah dan pihak terkait dalam mengedukasi masyarakat mengenai keamanan kosmetik, serta perlunya pengawasan terhadap peredaran produk ilegal.

Adapun dampak yang mempengaruhi masyarakat dalam melakukan jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM Di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare, sebagai berikut:

a. Dampak Kesehatan bagi Masyarakat (Konsumen)

Perkembangan industri kecantikan di Indonesia mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Salah satu produk yang banyak diminati adalah skincare, baik berupa serum, krim, maupun produk perawatan kulit lainnya. Tren penggunaan skincare tidak hanya terjadi pada kalangan tertentu, tetapi juga merambah berbagai lapisan masyarakat. Fenomena ini diperparah dengan maraknya promosi melalui media sosial yang menampilkan testimonial positif dari pengguna produk skincare. Namun, di balik popularitas tersebut, muncul pula praktik jual beli produk skincare secara tidak resmi, seperti *share in jar* tanpa label resmi dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Produk *share in jar* adalah produk skincare yang biasanya dibeli dalam kemasan besar kemudian dibagi ke dalam kemasan kecil oleh penjual, tanpa melalui proses registrasi atau pengawasan resmi.

Pasar Sentral Lakessi di Kota Parepare menjadi salah satu pusat transaksi produk skincare *share in jar*. Aktivitas jual beli ini menarik perhatian banyak konsumen karena harga yang relatif lebih murah dibandingkan produk resmi.

Meski demikian, transaksi ini menimbulkan berbagai risiko kesehatan yang dapat berdampak langsung maupun jangka panjang pada masyarakat. Produk skincare yang tidak memiliki izin edar dari BPOM berpotensi mengandung bahan berbahaya, seperti merkuri, hidrokuinon, atau bahan kimia lain yang dapat merusak kulit. Penggunaan jangka pendek dapat menimbulkan iritasi, alergi, atau infeksi kulit, sedangkan penggunaan jangka panjang dapat berdampak serius terhadap kesehatan, termasuk kerusakan organ internal seperti ginjal dan hati.

Selain dampak fisik, praktik jual beli skincare *share in jar* juga memunculkan risiko sosial dan ekonomi. Konsumen yang mengalami efek samping dapat menghabiskan biaya lebih banyak untuk perawatan medis, sehingga menimbulkan beban finansial tambahan. Dari sisi penjual, meskipun keuntungan jangka pendek terlihat menjanjikan, transaksi produk ilegal ini berpotensi menimbulkan masalah hukum dan reputasi yang merugikan. Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang pentingnya memastikan keamanan dan legalitas produk skincare semakin memperkuat fenomena ini. Banyak konsumen yang hanya tergiur dengan harga murah atau klaim hasil instan tanpa mempertimbangkan risiko kesehatan yang mungkin terjadi. Skincare yang dijual dalam bentuk *share in jar* umumnya merupakan produk yang dipindahkan dari kemasan asli ke wadah kecil tanpa melalui proses produksi yang aman dan standar industri. Karena itu Risiko kontaminasi sangat tinggi akibat proses pengemasan yang tidak higienis dan tidak dilakukan di fasilitas standar industri, menimbulkan iritasi, infeksi, alergi kulit, dan kemungkinan penyakit lain. Keamanan bahan tidak terjamin karena produk mungkin sudah rusak, tercampur

dengan kotoran, atau berubah sifat kimianya saat dipindahkan ke wadah baru. Produk ilegal sering ditemukan mengandung bahan berbahaya atau dilarang yang tidak terdaftar, yang berpotensi menyebabkan komplikasi serius seperti iritasi parah, perubahan pigmen kulit, atau bahkan efek jangka panjang. Tidak ada jaminan bahwa indikator penting seperti tanggal kedaluwarsa, suhu penyimpanan, atau uji stabilitas telah diperhatikan, sehingga risiko efek samping meningkat.

Berdasarkan hasil penelitian dijelaskan bahwa penggunaan skincare *share in jar* tanpa label atau BPOM yang tidak sesuai memiliki dampak negatif bagi masyarakat, terutama dari sisi kesehatan. Risiko utamanya meliputi kontaminasi tinggi akibat pengemasan yang tidak higienis dan tidak memenuhi standar industri, sehingga konsumen lebih rentan mengalami iritasi, infeksi, alergi kulit, atau gangguan kesehatan lainnya. Hal ini menunjukkan pentingnya memperhatikan label resmi BPOM dan prosedur keamanan produk sebelum membeli atau menggunakan skincare. Konsumen menyadari bahwa penggunaan skincare tanpa izin BPOM berpotensi berbahaya bagi kesehatan, meskipun ia sendiri tidak terlalu memahami risiko spesifiknya. Selain itu, banyak pembeli yang tidak menyadari risiko ini karena kurangnya informasi pada produk, seperti komposisi, tanggal kedaluwarsa, atau label wajib lainnya, dan cenderung membeli produk tersebut berdasarkan rekomendasi teman atau promosi online.

b. Dampak Hukum dan Regulasi

Secara regulatoris, setiap produk kosmetik yang diedarkan di Indonesia diwajibkan memiliki nomor izin edar dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) serta memenuhi ketentuan sanitasi, keamanan, dan label yang

ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku. Produk yang dipindahkan atau dikemas ulang ke dalam wadah lain tanpa melalui proses yang memenuhi standar sanitasi dan tanpa terdaftar ulang pada BPOM secara otomatis dikategorikan sebagai produk ilegal atau tanpa izin edar (TIE). Hal ini karena bentuk kemasan baru yang berbeda dari yang terdaftar dapat mengubah karakteristik produk dan menyebabkan ketidakpastian atas uji stabilitas, keamanan, serta sanitasi produksi yang semestinya dijamin oleh otoritas kesehatan. Produk *share in jar* dianggap tidak memenuhi standar Cara Pembuatan Kosmetik yang Baik (CPKB) dan tidak dapat dipastikan aman untuk digunakan oleh konsumen. Akibatnya, BPOM secara resmi menyatakan praktik ini sebagai peredaran kosmetik ilegal yang berisiko bagi kesehatan masyarakat.

Dari perspektif hukum positif Indonesia, produk skincare tanpa label BPOM alias *share in jar* tidak hanya bertentangan dengan ketentuan BPOM tetapi juga menimbulkan akibat hukum serius. Dalam berbagai ketentuan peraturan perundang-undangan, seperti Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan dan peraturan BPOM sendiri, peredaran produk yang tidak memiliki izin edar dapat dikenai sanksi administratif, pidana, dan perdata. BPOM berwenang melakukan penindakan berupa penarikan produk (*product recall*), penyitaan, dan penghancuran barang, serta memberikan peringatan keras, pencabutan izin usaha, hingga pengajuan kasus pidana terhadap pelaku usaha yang terus melanggar ketentuan. Sanksi pidana ini dalam praktiknya dapat mencakup denda yang sangat besar dan ancaman hukuman penjara, sesuai dengan pasal yang relevan dalam Undang-Undang Kesehatan dan peraturan

turunannya yang melarang peredaran barang yang tidak memenuhi standar keamanan.

Dampak hukum dan regulasi tersebut tidak hanya berdampak pada pelaku usaha, tetapi juga dirasakan oleh masyarakat luas. Di satu sisi, konsumen menghadapi risiko kesehatan karena produk yang tidak terjamin keamanan dan kualitasnya berpotensi menyebabkan iritasi, infeksi, alergi, bahkan gangguan kesehatan lainnya. Di sisi lain, konsumen juga mengalami keterbatasan informasi mengenai komposisi, tanggal kedaluwarsa, cara penggunaan, dan risiko yang berkaitan dengan produk yang mereka beli padahal informasi tersebut merupakan bagian dari hak konsumen yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Ketidakpatuhan pelaku usaha terhadap kewajiban label dan izin edar ini tidak hanya menciptakan ketidakadilan dalam persaingan usaha yang sehat, tetapi juga menempatkan konsumen pada posisi rentan tanpa perlindungan hukum yang memadai ketika terjadi kerugian akibat penggunaan produk ilegal tersebut.

Di tengah fenomena ini, pemahaman masyarakat mengenai aspek hukum dan regulasi menjadi sangat krusial. Masyarakat harus disadarkan tentang pentingnya memilih produk skincare yang memiliki label BPOM resmi, serta konsekuensi hukum bagi pelaku jual beli produk yang tidak memenuhi standar. Kesadaran ini tidak hanya melindungi konsumen dari risiko kesehatan, tetapi juga mendorong praktik bisnis yang lebih etis dan patuh hukum, sehingga menciptakan lingkungan pasar yang lebih aman dan berkelanjutan. Menurut peraturan BPOM Indonesia Produk *share in jar* tergolong sebagai kosmetik ilegal jika tidak sesuai standar BPOM karena kemasan dan ukurannya berbeda

dari yang terdaftar, sehingga tidak diperbolehkan diedarkan. Pelaku usaha yang mengedarkan produk tanpa izin dapat dikenakan sanksi administratif dan denda, pencabutan izin edar, hingga tindakan hukum sesuai peraturan yang berlaku. Masyarakat didorong untuk memeriksa izin edar melalui sistem resmi BPOM seperti *Cek KLIK* atau aplikasi resmi sebelum membeli.

Berdasarkan hasil penelitian dijelaskan bahwa penjual dan pembeli yang terlibat dalam perdagangan produk tanpa label BPOM menghadapi risiko hukum yang nyata, termasuk kemungkinan dikenakan denda dan pencabutan izin usaha. Hal ini menekankan pentingnya kepatuhan terhadap regulasi BPOM untuk menjaga keamanan konsumen dan keberlanjutan usaha.

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat dikaitkan dengan teori efektivitas hukum. Dari fenomena tersebut menunjukkan masih rendahnya efektivitas penerapan hukum perlindungan konsumen dan pengawasan terhadap peredaran kosmetik di masyarakat. Jika dikaitkan dengan teori efektivitas hukum, suatu aturan hukum dapat dikatakan efektif apabila mampu dipatuhi dan dijalankan oleh masyarakat serta didukung oleh aparat penegak hukum, sarana yang memadai, dan kesadaran hukum masyarakat. Dalam konteks peredaran skincare *share in jar* tanpa label BPOM, efektivitas hukum belum sepenuhnya tercapai. Hal ini dapat dilihat dari masih banyaknya pelaku usaha yang menjual produk tersebut secara bebas di Pasar Sentral Lakessi tanpa memperhatikan ketentuan mengenai keamanan, izin edar, serta label resmi dari BPOM. Kondisi ini menunjukkan bahwa aturan hukum yang mengatur peredaran kosmetik belum sepenuhnya dipatuhi oleh pelaku usaha maupun konsumen.

c. Dampak Ekonomi

Pasar Senteral Lakessi di Kota Parepare merupakan salah satu pusat perdagangan yang strategis dan menjadi ruang interaksi ekonomi antara penjual dan pembeli dari berbagai lapisan masyarakat. Struktur pasar yang relatif terbuka mendorong aktifitas jual-beli berbagai barang kebutuhan, termasuk produk kecantikan seperti skincare. Fenomena penjualan skincare tanpa label BPOM di pasar ini bukan sekadar persoalan hukum, tetapi juga telah menjadi isu sosial ekonomi yang mempengaruhi banyak aspek kehidupan masyarakat. Sebagai contoh, konsumsi produk tanpa label di pasar dapat berakar dari preferensi konsumen terhadap harga yang lebih murah dan akses yang lebih mudah dibanding produk kosmetik bermerek dan berizin resmi. Namun, keputusan ekonomi seperti ini tidak terlepas dari risiko kesehatan, ketidakpastian kualitas, serta dampak hukum yang dapat berimplikasi pada keselamatan dan kesejahteraan konsumen.

Secara ekonomi, praktik jual-beli skincare tanpa label BPOM mencerminkan ketidakseimbangan antara kebutuhan pasar dan regulasi pengawasan. Konsumen yang terpengaruh oleh tekanan biaya, tren kecantikan di media sosial, serta keterbatasan literasi terhadap pentingnya label BPOM cenderung memilih produk yang lebih murah meskipun legalitasnya meragukan. Sementara itu, bagi pelaku usaha, penjualan produk ilegal sering kali dimotivasi oleh potensi margin yang lebih tinggi dan hambatan biaya untuk memperoleh izin edar yang sah. Ketidakpatuhan terhadap peraturan tidak hanya berpotensi menimbulkan sanksi administratif dan finansial bagi pelaku usaha, tetapi juga menimbulkan konsekuensi lebih luas terhadap perekonomian lokal. Penjualan

produk ilegal dapat merusak *fair play* pasar, melemahkan daya saing produk yang telah terdaftar secara resmi, bahkan menimbulkan beban biaya tambahan untuk pengawasan dan penegakan hukum.

Dampak ekonomi lainnya juga terlihat dalam aspek kepercayaan konsumen, yang merupakan fondasi penting dalam hubungan pasar. Ketika konsumen mulai ragu terhadap kualitas dan keamanan produk yang ditawarkan di pasar tradisional, hal ini dapat menurunkan angka permintaan terhadap seluruh kategori produk kosmetik di wilayah tersebut. Penurunan ini tentu berdampak pada pendapatan pedagang, khususnya mereka yang berusaha memasarkan produk legal namun berada di lingkungan pasar yang sama. Di sisi lain, fenomena tersebut berpotensi memperluas pasar gelap dan praktik perdagangan ilegal jika tidak ditangani secara komprehensif oleh otoritas terkait melalui edukasi, pengawasan, serta kebijakan ekonomi yang mendukung UMKM untuk memperoleh kepatuhan terhadap standar regulasi.

Perdagangan *skincare share in jar* di pasar seperti Sentral Lakessi berdampak pada Kerugian bagi produsen resmi yang sudah mematuhi aturan BPOM karena adanya persaingan tidak sehat dari produk ilegal yang lebih murah namun tidak aman. Kerentanan UMKM lokal yang mematuhi aturan karena konsumen cenderung memilih produk ilegal yang lebih murah tanpa mengetahui risikonya. Potensi kerugian finansial pada konsumen bila produk yang dibeli menyebabkan efek samping dan harus diobati, serta biaya penanganan dampak kesehatan.

Berdasarkan hasil penelitian dijelaskan bahwa terdapat dampak ekonomi seperti produk lebih terjangkau sehingga meningkatkan akses masyarakat

terhadap kosmetik dan mendorong perputaran ekonomi lokal. Negatifnya, risiko kesehatan akibat produk yang tidak terdaftar dapat menimbulkan biaya tambahan bagi konsumen, menurunkan kepercayaan terhadap pedagang lokal, dan merusak persaingan usaha karena menekan pedagang resmi yang mematuhi regulasi BPOM.

d. Dampak Sosial

Dari perspektif sosial, praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM tidak dapat dipandang sebagai persoalan individu semata, melainkan merupakan fenomena sosial yang dipengaruhi oleh berbagai faktor struktural dan kultural. Kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai pentingnya legalitas produk, rendahnya kesadaran akan risiko penggunaan produk tanpa izin edar, serta kepercayaan terhadap penjual lokal menjadi faktor utama yang mendorong terjadinya transaksi tersebut. Selain itu, tekanan ekonomi juga berperan besar, baik bagi penjual yang mencari keuntungan dengan modal terbatas maupun bagi pembeli yang mengutamakan harga murah dibandingkan keamanan produk.

Dampak sosial dari peredaran skincare *share in jar* tanpa label BPOM juga terlihat dalam pola interaksi antara penjual dan pembeli di Pasar Sentral Lakessi. Hubungan yang terbangun sering kali didasarkan pada kepercayaan dan kedekatan sosial, sehingga aspek legalitas dan keamanan produk menjadi terabaikan. Kondisi ini mencerminkan lemahnya pengawasan serta kurang optimalnya peran pemerintah dan instansi terkait dalam memberikan edukasi dan penegakan hukum di tingkat masyarakat. Akibatnya, praktik ini terus berlangsung dan dianggap sebagai hal yang wajar dalam aktivitas jual beli sehari-hari.

Lebih lanjut, penggunaan skincare tanpa label BPOM berpotensi menimbulkan masalah kesehatan kulit, seperti iritasi, alergi, hingga kerusakan kulit jangka panjang. Dampak kesehatan tersebut tidak hanya dirasakan oleh individu, tetapi juga dapat menimbulkan beban sosial, seperti meningkatnya biaya pengobatan dan menurunnya produktivitas masyarakat. Dalam jangka panjang, hal ini dapat memengaruhi kualitas hidup masyarakat secara keseluruhan dan memperparah ketimpangan sosial, terutama bagi kelompok masyarakat yang memiliki akses terbatas terhadap informasi dan layanan kesehatan.

Berdasarkan hasil penelitian dijelaskan bahwa praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Sentral Lakessi menimbulkan risiko kesehatan bagi konsumen dan dipengaruhi secara kuat oleh faktor sosial. Rendahnya kesadaran masyarakat terhadap regulasi kosmetik membuat mereka tetap terdorong membeli produk karena tekanan sosial, tren, rekomendasi teman, atau testimoni di media sosial. Fenomena ini menunjukkan adanya keseimbangan antara kebutuhan estetika dan pengaruh lingkungan sosial dengan keterbatasan informasi tentang keamanan produk, sekaligus menimbulkan tantangan dalam edukasi konsumen terkait pentingnya memilih kosmetik yang aman dan resmi.

3. Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Skincare *Share In Jar* Tanpa Label BPOM di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare

Dalam perspektif hukum Islam, aktivitas jual beli pada dasarnya diperbolehkan (*mubah*) selama memenuhi rukun dan syarat jual beli serta tidak mengandung unsur yang dilarang oleh syariat, seperti gharar (ketidakjelasan),

tadlis (penipuan), dharar (bahaya), dan zulm (kezaliman). Islam menekankan prinsip kejujuran, keterbukaan, dan keadilan dalam setiap transaksi muamalah. Sebagaimana ditegaskan dalam Al-Qur'an dan Hadis, seorang penjual wajib menyampaikan kondisi barang secara jelas dan tidak menyembunyikan cacat atau informasi penting yang dapat merugikan pembeli.

Berdasarkan hasil penelitian dijelaskan bahwa pada perspektif hukum Islam, aktivitas jual beli pada dasarnya diperbolehkan (mubah) selama memenuhi rukun dan syarat yang ditetapkan syariat serta terbebas dari unsur terlarang seperti gharar, tadlis, dharar, dan zulm.

Praktik penjualan skincare *share in jar* tanpa label BPOM berpotensi mengandung unsur gharar, karena konsumen tidak mengetahui secara pasti kandungan, keamanan, dan legalitas produk yang dibelinya. Selain itu, praktik ini juga dapat mengarah pada unsur tadlis, apabila penjual tidak menjelaskan bahwa produk tersebut tidak memiliki izin edar resmi atau dikemas ulang tanpa standar yang jelas. Jika produk tersebut terbukti membahayakan kesehatan konsumen, maka unsur dharar pun tidak dapat dihindari, sedangkan kaidah fikih menegaskan bahwa “segala bentuk bahaya harus dihilangkan” (ad-dhararu yuzal).

Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare sebagai salah satu pusat aktivitas perdagangan masyarakat menjadi ruang interaksi ekonomi yang penting antara penjual dan pembeli. Realitas sosial di pasar ini menunjukkan adanya kebutuhan masyarakat terhadap produk skincare dengan harga terjangkau, namun di sisi lain terdapat risiko yang menyertai praktik jual beli tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian dijelaskan bahwa tinjauan hukum Islam, praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare tidak sepenuhnya sesuai dengan prinsip jual beli dalam Islam. Meskipun rukun dan syarat jual beli secara formal telah terpenuhi, praktik tersebut melanggar prinsip kejujuran (*ṣidq*), kejelasan (*bayān*), dan perlindungan terhadap keselamatan jiwa (*ḥifẓ al-naḥs*). Ketiadaan label BPOM menyebabkan ketidakjelasan mengenai kandungan, keamanan, dan kelayakan produk, sehingga mengandung unsur gharar dan berpotensi menimbulkan darar bagi konsumen. Dalam perspektif hukum Islam, muamalah yang mengandung ketidakjelasan dan berpotensi membahayakan kesehatan hukumnya tidak dibenarkan. Oleh karena itu, praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM dipandang tidak sah menurut hukum Islam selama belum ada jaminan kehalalan, keamanan, dan kejelasan produk. Jual beli yang sesuai dengan syariat Islam seharusnya mengutamakan kemaslahatan, transparansi, serta perlindungan konsumen demi tercapainya tujuan syariat (*maqasid al-syariah*).

Berdasarkan hasil penelitian dijelaskan bahwa praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare masih banyak dilakukan oleh para pedagang. Praktik ini didorong oleh beberapa faktor, seperti upaya menekan harga jual, menjangkau konsumen dari kalangan ekonomi menengah ke bawah, serta tingginya permintaan pasar terhadap produk skincare dengan harga terjangkau. Namun, produk *share in jar* tersebut umumnya tidak dilengkapi dengan informasi penting seperti komposisi bahan, tanggal kedaluwarsa, cara penggunaan, serta nomor izin edar BPOM, sehingga menimbulkan ketidakjelasan terkait keamanan dan kualitas produk. Ditinjau dari

perspektif hukum Islam, praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM bertentangan dengan prinsip muamalah Islam, khususnya prinsip kejelasan (al-bayān) dan keterbukaan informasi. Ketidakjelasan asal-usul dan kandungan produk mengandung unsur gharar, yang dilarang karena berpotensi merugikan konsumen. Selain itu, praktik tersebut tidak sejalan dengan *maqasid al-syariah*, terutama prinsip *hifz an-nafs* (perlindungan jiwa) dan *hifz al-mal* (perlindungan harta), mengingat produk tanpa izin BPOM berisiko membahayakan kesehatan pengguna. Dari sudut pandang etika bisnis Islam, praktik ini juga belum mencerminkan nilai kejujuran (*ṣidq*), amanah, dan tanggung jawab. Penjual memiliki kewajiban moral dan syar‘i untuk memberikan informasi yang benar dan lengkap kepada konsumen. Meskipun tidak selalu dilandasi niat menipu, praktik yang berpotensi menimbulkan mudarat tetap dipandang tidak dibenarkan dalam Islam, sesuai dengan kaidah fikih *la ḍarar wa la dirar*. Dengan demikian, praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM tidak sejalan dengan prinsip hukum dan etika bisnis Islam.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare tidak dibenarkan dalam hukum Islam, karena mengandung unsur *gharar*, berpotensi menimbulkan mudarat, serta tidak memenuhi prinsip keadilan, kejelasan, dan kemaslahatan dalam transaksi muamalah. Islam menganjurkan agar setiap aktivitas ekonomi dilakukan secara halal, aman, transparan, dan membawa manfaat bagi semua pihak. Dengan demikian, diperlukan kesadaran dari para pedagang untuk mematuhi ketentuan hukum yang berlaku dan nilai-nilai syariat

Islam, serta peran aktif pemerintah dan masyarakat dalam memberikan edukasi dan pengawasan demi terciptanya praktik perdagangan yang sehat, aman, dan sesuai dengan ajaran Islam.



BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Penerapan prinsip kejujuran dan pemanfaatan Terhadap Praktik Jual Beli Skincare *Share In Jar* Tanpa Label BPOM Di Pasar Senteral Lakessi Kota Parepare, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Sentral Lakessi, Kota Parepare, berpotensi menimbulkan risiko bagi kesehatan konsumen. Produk yang dijual secara eceran tanpa kemasan resmi dan tanpa izin edar BPOM tidak menjamin keamanan, kualitas, dan efektivitasnya, sehingga dapat menyebabkan iritasi kulit, alergi, atau masalah kesehatan lainnya. Meskipun diminati karena harga yang lebih murah dan kemasan yang praktis, praktik ini termasuk ilegal dan tetap berisiko bagi pengguna.
2. Bagi masyarakat menengah ke bawah atau kalangan remaja/mahasiswa di Kota Parepare, *share in jar* menjadi solusi untuk tetap bisa merawat kulit dengan produk bermerek (viral) tanpa harus mengeluarkan anggaran besar.
3. Tinjauan Hukum Islam terhadap praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Senteral Lakessi Kota Parepare tidak dibenarkan. Hal ini karena tidak terpenuhinya prinsip kejelasan (transparansi) dan keamanan barang dalam akad jual beli. Produk yang tidak memiliki label BPOM berpotensi menimbulkan mudarat bagi konsumen, sehingga bertentangan dengan kaidah *la ɗarar wa la ɗirar* (tidak boleh membahayakan diri sendiri maupun orang lain). Selain itu, ketidakjelasan kandungan, izin edar, dan asal-

usul produk mengandung unsur gharar, yang menyebabkan akad jual beli menjadi tidak sah atau setidaknya terlarang menurut Hukum Islam.

B. Saran

1. Bagi para penjual, diharapkan agar lebih memperhatikan aspek kehalalan, keamanan, dan kejelasan produk yang dijual sesuai dengan prinsip Hukum Islam, serta menghindari praktik jual beli yang mengandung unsur gharar dan berpotensi merugikan konsumen.
2. Bagi konsumen/pembeli, diharapkan untuk lebih berhati-hati dan selektif dalam membeli produk skincare, dengan memastikan adanya label BPOM dan informasi produk yang jelas demi menjaga kesehatan dan keselamatan diri.
3. Bagi pemerintah dan instansi terkait, khususnya BPOM dan Dinas Perdagangan, diharapkan dapat meningkatkan pengawasan dan sosialisasi mengenai bahaya penggunaan skincare tanpa izin edar agar tercipta praktik perdagangan yang aman dan sesuai dengan ketentuan hukum.
4. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengkaji lebih mendalam mengenai praktik jual beli produk kecantikan dari perspektif hukum positif dan hukum Islam secara komparatif guna memperkaya khazanah keilmuan di bidang muamalah kontemporer.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Atsar. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Abdul Aziz Muhammmad Azam. *Fiqh Muamalat Sistem Transaksi dalam Islam*. Jakarta: AMZAH, 2020.
- Ahmad Wardi Muslich. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Amzah, 2020.
- Albar, Kholid, Rahman Ambo Masse, and Muslim H. Kara, 'Nilai-Nilai Etika Jual Beli Dalam Al-Qur'an Dan Kontribusinya Bagi Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan', *Al-Mada : Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 8.1 (2025), pp. 130–41
- Ani Nuryani. "Jual Beli Kosmetik Tanpa Label Bpom Dalam Tinjauan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Hukum Islam". Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo (2024).
- Anis Mashdurohatun. *Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teori Dan Praktik)*. Semarang: Unissula Press, 2020.
- Bachtiar S. Bachri. "Meyakinkan Validitas Data Melalui Trianggulasi Pada Penelitian Kualitatif". *Teknologi Pendidikan*, 1,(1), (2010), 56.
- Berliana, Nasya. 'QS. An-Nisa' Ayat 29 : Etika Jual Beli Di PasarTradisional. *J*
- Berliana, Nasya, 'QS. An-Nisa' Ayat 29 : Etika Jual Beli Di Pasa Tradisional 2021
- Dita Dwi Lestari. "Pandangan Hukum Islam Atas Penjualan Kosmetik Dengan Sistem Share In Jar Di Toko Kosmetik Cantiqcute Purwokerto". Skripsi (Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2020), 30
- Djam'an satory dan Aan Komariah. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta CV, 2020.

- Enang Hidayat. *Fiqih Jual Beli*. Bandung: PT Remaja Rosdakaya, 2015.
- Evi Kurnia, Halimah Basri, Ahcmad Abubakar, 'Konsep Riba: Makna Dan Implikasinya Dalam Perekonomian Islam (Tinjauan QS. Al-Baqarah: 275-2.
- Firdaus Hamta. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Yogyakarta: Deepublish, 2015.
- H Zainuddin Ali. *Sosiologi Hukum*. Sinar Grafika, 2023.
- Harisah. "Konsep Islam Tentang Keadilan Dalam Muamalah". *Jurnal Pemikiran Ekonomi Islam*, 3(2), (2020), 117.
- Holilur Rohman. *Hukum Jual Beli Online*. Pamekasan: Duta Media Publishing, 2020.
- Imam Mustofa. *Fiqh Muamalah Kontemporer*. Jakarta: Rajawali, 2020.
- Jessika Klaudia Hutagalung. "Perbedaan Kepuasan Pelanggan Secara Online Dan Offline Dalam Membeli Produk Skincare Pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Medan Area". (2022), 15.
- Juliansyah Noor. *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2011.
- Khairunnisa Syifa Shafira. "Praktik Jual Beli Skincare Share In Jar Pada Aplikasi Shopee Perspektif Maṣlaḥah Muṣalāḥ". Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Kediri (2022)
- Muhammad Arifin Bin Badri. *Panduan Praktik Fikih Perniagaan Islam*. Jakarta: Darulhaq, 2018.
- Nafa Amnu Rahma, Ahmad Hafidh. "Sistem Share In Jar Penjualan Online Pada Via Shop_234 Perspektif Hukum Ekonomi Syariah Dan Hukum Perlindungan Konsumen". *AL-HAKIM Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(2), (2021).

- Nafida Ika Apriliya. “Peran Bpom Atas Peredaran Kosmetik Dalam Bentuk *Share In Jar* Menurut Hukum Positif Indonesia”. *DINAMIKA*, 28(2), (2022), 3676.
- Nasywa Tiara Salsabila. “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Skincare Abal-Abal Di Marketplace Tiktok Shop Indonesia”. Prodi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syari’ah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta (2025)
- Nursapia Harahap. *Penelitian Kualitatif*. Medan: Wal Ashri Publishing, 2020.
- Observasi awal di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare, tanggal 14 September 2025.
- Prilla Kurnia Ningsih. *Fiqh Muamalah*. Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2021.
- Rahman, Mohd. Muhiden Abd., and Mohd. Bakhit Haji Ali Mohamad Azrien Mohamed Adnan, ‘Takhrij Dan Analisis Hadith-Hadith Kitab Jual Beli Daripada Kitab Bulughul Maram Karya Al-Hafiz Ibn Hajar Al-Asqalani’, *Al-Basirah*, 10.1 (2020), pp. 1–13
- Rahmat Hidayat. *Pengantar Fikih Muamalah*. Medan: Universitas Islam Negeri Surabaya, 2020.
- Riana Versita et al. “Increasing Competence Of Pharmacy And Pharmacy Technical Personnel In Detecting Harmful Content In Skin Care Products”. (2024), 277.
- Risdayanti. “Praktik Jual Beli Kosmetik Sistem *Share In Jar* Di Toko Gigishop Skincare Pinrang Perspektif Maqashid Al-Syariah”. Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare (2023).
- Rusnadi dan Muhammad Rusli. “Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif Dan Studi Kasus”. *Jurnal Pendidikan dan Studi Islam*, 2(1), (2021), 3

- Rustam Magun Pikahulan, et.,al. “Peran Merek Dagang dalam Strategi Manajemen Pemasaran Perspektif Hukum Ekonomi Syariah”. *FAWAID: Sharia Economic Law Review*, 7(2), (2025), 142.
- Salim H.S. *Hukum Kontrak Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak*. Jakarta: Sinar Grafika, 2023.
- Satori Dan Komariah. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung Alfabeta, 2013.
- Suci Hartini and Muhammad Iqbal Fasa. “Digital Marketing Dalam Perspektif Ekonomi Islam”. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5(1), (2022), 203.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2020.
- Suhrawardi K. Lubis dan Farid Wajdi. *Hukum Ekonomi Islam*. Jakarta timur: Sinar Grafika, 2020.
- Syaikh, Ariyadi, and Norwili. *Fikih Muamalah*. Yogyakarta : Penerbit K-Media, 2020
- Syaikh. *Fikih Muamalah Memahami Konsep Dan Dialektika Kontemporer*. Yogyakarta: K-Media, 2020.
- Taufiqurrohmah, Ahmad. ‘Ijma’ Kolektif Di Masa Moderen’, *Jurnal Studi Islam*, 09.01 (2021), pp. 42–58
- Tri Hastuti. “Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Kosmetik Waterproof (Studi di Siger Beauty Bandar Lampung)”. Skripsi (UIN Raden Intan Lampung, 2020.
- Umi Hani. *Fiqh Muamalah*. Banjarmasin: Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari, 2021.
- Zuchri Abdussamad. *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: CV. Syakir Media Press, 2021

LAMPIRAN





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM**

Alamat : JL. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B-187/In.39/FSIH.02/PP.00.9/01/2026

20 Januari 2026

Sifat : Biasa

Lampiran : -

H a l : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. WALIKOTA PAREPARE

Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
di

KOTA PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama	: DIAN FAJRIA
Tempat/Tgl. Lahir	: PAREPARE, 22 Maret 2004
NIM	: 2220203874234016
Fakultas / Program Studi	: Syariah dan Ilmu Hukum Islam / Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)
Semester	: VII (Tujuh)
Alamat	: JL. KESADARAN, KEL. BUKIT HARAPAN, KEC. SOREANG, KOTA PAREPARE

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah KOTA PAREPARE dalam rangka penyusunan Skripsi yang berjudul :

PENERAPAN PRINSIP KEJUJURAN DAN PEMANFAATAN TERHADAP PRAKTIK JUAL BELI SKINCARE SHARE IN JAR TANPA LABEL BPOM DI PASAR SENTERAL LAKESSI KOTA PAREPARE

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 21 Januari 2026 sampai dengan tanggal 03 Maret 2026.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,



Prof. Dr. Rahmawati, S.Ag., M.Ag.
NIP 197609012006042001



SRN IP0000078

PEMERINTAH KOTA PAREPARE
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Jl. Bandar Madani No. 1 Telp (0421) 23594 Faximile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email : dpmpstp@pareparekota.go.id

IZIN PENELITIAN

Nomor : 78/IP/DPM-PTSP/2/2026

- Dasar :
1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
 2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 3 Tahun 2018 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian.
 3. Peraturan Wali Kota Parepare Nomor 31 tahun 2025 tentang Pendelegasian Wewenang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha dan Nonperizinan Daerah Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :

MENGIZINKAN

KEPADA

NAMA

: **DIAN FAJRA**

UNIVERSITAS/ LEMBAGA

: **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**

Jurusan

: **HUKUM EKONOMI SYARIAH**

ALAMAT

: **JL. KESADARAN, PAREPARE**

UNTUK

: melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :

JUDUL PENELITIAN : **PENERAPAN PRINSIP KEJUJURAN DAN PEMANFAATAN TERHADAP PRAKTIK JUAL BELI SKINCARE SHARE IN JAR TANPA LABEL BPOM DI PASAR SENTRAL LAKESSI KOTA PAREPARE**

LOKASI PENELITIAN : **UPTD PASAR (PASAR LAKESSI) KOTA PAREPARE**

LAMA PENELITIAN : **09 Februari 2026 s.d 03 Maret 2026**

- a. Izin Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung
- b. Izin ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Dikeluarkan di: **Parepare**

Pada Tanggal : **11 Februari 2026**

**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
KOTA PAREPARE**



Hj. ST. RAHMAH AMIR, ST, MM

Pembina Tk. 1 (IV/b)

NIP. 19741013 200604 2 019

Biaya : Rp. 0.00

▪ UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1

▪ Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah

▪ Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan **Sertifikat Elektronik** yang diterbitkan **BSrE**

▪ Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan terdaftar di database DPMPSTP Kota Parepare (scan QRCode)



Balai
Sertifikasi
Elektronik



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah :

Nama Lengkap : *SITI ASWAH*

Umur : *34*

Jenis kelamin : *Perempuan*

Bahwa benar telah di wawancarai oleh Dian Fajria untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian "*Penerapan Prinsip Kejujuran dan Pemanfaatan Terhadap Praktik Jual Beli Skincare Share In Jar Tanpa Label BPOM Di Pasar Senteral Lakessi Kota Parepare*".

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana semestinya.

Parepare, 1 Januari 2026

Yang bersangkutan



PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah :

Nama Lengkap : *MINA*

Umur : *25 TH*

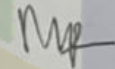
Jenis kelamin : *PEREMPUAN*

Bahwa benar telah di wawancarai oleh Dian Fajria untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian "*Penerapan Prinsip Kejujuran dan Pemanfaatan Terhadap Praktik Jual Beli Skincare Share In Jar Tanpa Label BPOM Di Pasar Senteral Lakessi Kota Parepare*".

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana semestinya.

Parepare, *04 Januari* 2026

Yang bersangkutan



.....

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah :

Nama Lengkap : *Cinta Maharani*

Umur : *27*

Jenis kelamin : *Wanita*

Bahwa benar telah di wawancarai oleh Dian Fajria untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian "*Penerapan Prinsip Kejujuran dan Pemanfaatan Terhadap Praktik Jual Beli Skincare Share In Jar Tanpa Label BPOM Di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare*".

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana semestinya.

Parepare, 03 Januari 2026

Yang bersangkutan





Dokumentasi: Wawancara dengan ibu Nara penjual *skincare* di pasar sentral lakessi kota Parepare pada tanggal 2 januari 2026.



Dokumentasi: Wawancara dengan ibu mirni penjual skincare di pasarsentral lakessi kota parepare pada tanggal 2 januari 2026.



Dokumentasi: Wawancara dengan ibu mina pembeli skincare di pasar sentral lakessi kota parepare pada tanggal 4 januari 2026.



Dokumentasi: Wawancara ibu Cinta pembeli *skincare* di pasar sentral lakessi kota parepare pada tanggal 4 januari 2026

SKINCARE SHARE IN JAR



PEDOMAN WAWANCARA PENELITIAN

	KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91132 Telp. (0421) 21307
	VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN PENULISAN SKRIPSI

NAMA MAHASISWA : DIAN FAJRIA
 NIM : 2220203874234016
 FAKULTAS : SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM
 PRODI : HUKUM EKONOMI SYARIAH
 JUDUL : PENERAPAN PRINSIP KEJUJURAN DAN
 KEMANFAATAN TERHADAP PRAKTIK
 JUAL BELI SKINCARE *SHARE IN JAR*
 TANPA LABEL BPOM DI PASAR
 SENTERAL LAKESSI KOTA PAREPARE

Pertanyaan untuk penjual skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Senteral Lakessi Kota Parepare

1. Apa yang anda ketahui tentang praktik jual beli *skincare share*?
2. Apa alasan memilih menjual produk dalam bentuk *share in jar*?
3. Bagaimana proses pemindahan produk dari kemasan asli ke *share in jar*?

4. Pernahkah pembeli menanyakan keaslian produk atau izin BPOM?
5. Jika terjadi keluhan dan kerugian dari pembeli, bagaimana bentuk tanggung jawab yang diberikan?
6. Bagaimana praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare?
7. Apa dampak yang mempengaruhi masyarakat dalam melakukan jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM Di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare?
8. Bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare?

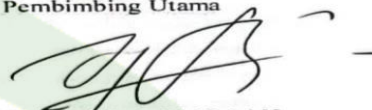
Pertanyaan untuk pembeli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare

1. Apa yang anda ketahui tentang Praktik jual beli *skincare share*?
2. Mengapa anda memilih membeli skincare dalam bentuk *share in jar*?
3. Apakah penjual menjelaskan bahwa produk di kemas ulang dan tidak memiliki label BPOM (*Share in jar*)?
4. Apakah Anda merasa informasi yang diberikan jujur dan sesuai dengan kondisi produk sebenarnya?
5. Apa manfaat yang anda rasakan dari membeli produk skincare *share in jar*?
6. Bagaimana praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare?
7. Apa dampak yang mempengaruhi masyarakat dalam melakukan jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare?
8. Bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap praktik jual beli skincare *share in jar* tanpa label BPOM di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare?

Parepare, 18 November 2025

Mengetahui,

Pembimbing Utama



DR. ZAINAL SAID M.H
NIP. 1976118 200501 1 002



BIOGRAFI PENULIS



DIAN FAJRIA, Lahir pada tanggal 22 maret 2004 di kota parepare Sulawesi Selatan anak pertama dari pasangan suami istri Yusri Rifai dan Risna. Penulis memulai pendidikannya di sekolah dasar negeri 63 Parepare dan lulus pada tahun 2016,selanjutnya penulis melanjutkan sekolah menengah pertama di SMP 12 parepare dan lulus pada tahun 2019,setelah itu penulis melanjutkan sekolah menengah atasnya di SMAN 3 parepare dan lulus pada tahun 2022,Penulis melanjutkan Pendidikan program strata satu di Institut Agama Islam Negeri Parepare, program studi

Hukum Ekonomi Syariah, Penulis mengikuti praktik lapangan kuliah kerja nyata di kota parepare kecamatan ujung,kelurahan labukkang dan saat ini penulis telah menyelesaikan S1 Di Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum Islam pada tahun 2026 dengan judul skripsi “Penerapan Prinsip Kejujuran Dan Pemanfaatan Terhadap Praktik Jual Beli Skincare Share In Jar Tanpa Label Bpom Di Pasar Sentral Lakessi Kota Parepare”.

PAREPARE

