

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Saat menjalankan ekonomi Islam, umat perlu melangkah sesuai dengan pedoman yang telah ditentukan oleh Allah melalui syariat-Nya. Kaidah yang berlaku bagi seluruh kegiatan ekonomi yakni, “Segala sesuatu (dalam hal muamalat) boleh dilakukan sampai ada dalil yang mengharamkan.” Berdasarkan kaidah tersebut, seluruh kegiatan ekonomi Islam yang menunjukkan faedah dan tidak ada larangan didalamnya dapat dijalankan.¹ Pada transaksi ekonomi Islam, melakukan transaksi yang sejalan dengan Al - Qur’an dan hadis merupakan tanda dimulainya bibit kepercayaan. Seluruh aplikasi transaksi dengan tujuan untuk meminimalisir timbulnya penipuan, persengketaan, maupun semua dampak negatif yang muncul dari suatu transaksi.² Jual beli menjadi akad yang lebih dulu dikenal manusia dan juga akad yang sering dipraktekkan hingga kini.³ Manusia memerlukan jual beli semenjak mereka membutuhkan makanan, pakaian, dan tempat tinggal. Seiring bertambahnya pemahaman manusia akan esensi dirinya, upaya – upaya yang dilakukan manusia dalam menjalankan transaksi mengalami kemajuan.

Ilmu serta teknologi yang ada sekarang sangat berkembang pesat, hal tersebut mendukung kemajuan saat melakukan transaksi. Dengan perkembangan

¹Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Prespektif Maqashid al-Syariah* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), 11.

²Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Kencana: 2017), 15.

³Chairuman Pasaribu, *Hukum Perjanjian Dalam Islam* (Jakarta: Sinar Grafika, 2004), 33.

sains dan teknologi yang demikian pesat, telah dicapai kemajuan dan perkembangan yang signifikan dalam menghasilkan berbagai jenis dan variasi produk serta jasa untuk memenuhi kebutuhan para konsumen. Bersamaan dengan berkembangnya teknologi, transaksi jual beli saat ini marak dilakukan secara *online*. Hal ini jelas memudahkan masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya dengan memanfaatkan teknologi *smartphone* dan internet. Masyarakat cukup memilih barang yang diinginkan melalui aplikasi beberapa *marketplace* yang ada di *playstore* dan melakukan pembayaran dengan melakukan transfer sejumlah uang kepada rekening penjual berbagai metode pembayaran lainnya yang tersedia. Dalam perkembangan selanjutnya, orang berbondong – bondong memanfaatkan internet menjadi sarana berbisnis yang lebih dikenal dengan bisnis *online*.⁴

Dengan maraknya transaksi *online* salah satunya bisnis jual beli kosmetik dengan sistem *share in jar* yang menjadi alternatif para penggemar kosmetik ataupun *skincare* yang dijual melalui *marketplace*. Di era ini bermunculan *brand* kosmetik ataupun *skincare* yang berlomba – berlomba untuk mengeluarkan produk andalannya. Salah satu fungsi produk kecantikan bagi konsumen adalah untuk memenuhi keinginan tampil percaya diri. Oleh karena itu, komoditas produk utama yang menjadi konsumsi perempuan akan identitas diri adalah penggunaan *skincare* dan juga kosmetik.⁵ Produk *skincare* ataupun kosmetik dalam negeri yang digandrungi antara lain Wardah, Emina, Pixy, dan

⁴Arip Purkon, *Bisnis Online Syariah* (Jakarta: Gramedia, 2014), 1.

⁵Wifka Rahma Syauki dan Diah Ayu, “*Persepsi dan Preferensi Penggunaan Skincare pada Perempuan Milenial dalam Perspektif Komunikasi Pemasaran.*” *Jurnal Manajemen Komunikasi*. Vol. 4 No. 2, April 2020, 43.

lainnya. Korea Selatan pun juga menjadi Negara yang paling diminati seperti *COSRX*, *Some By Me*, *Laneige*, dan lain – lain. Kendati demikian, tidak seluruh produk tersebut cocok pada kulit para konsumen. Dan juga harganya yang cenderung memberatkan konsumen. Oleh karena itu, lahirlah tren kosmetik ataupun *skincare* dalam kemasan *share in jar* dikalangan pecinta produk kecantikan. Dikarenakan tingginya keinginan konsumen agar dapat mencoba *sample* dari produk ataupun *brand* mahal tersebut hal ini menjadi daya tarik bagi para pelaku usaha dan menginspirasi mereka untuk menjual produk tersebut dan mengemas ulang kedalam wadah kecil atau *share in jar*.

Konsep kosmetik ataupun *skincare share in jar* ialah melakukan pembagian (*share*) isi sebuah produk dari kemasan *full size* kedalam (*in*) beberapa kontainer (*jar*) kecil. Wadahnya pun bervariasi ada yang berupa botol *spray* kecil, botol *pump*, dan bentuk pot kecil. Hal tersebut mempunyai tujuan agar para konsumen dapat membeli dan mencoba tanpa perlu langsung membeli produk dengan ukuran asli (*full size*). Produk kosmetik atau *skincare share in jar* bisa dijumpai di *online shop* seperti *instagram* serta *marketplace* yang menjual kosmetik dan *skincare*. *Shopee* menjadi salah satu *marketplace* yang menjual produk *skincare* atau kosmetik *share in jar* paling banyak diantara *marketplace* lainnya. Seperti pada toko *online shopee @mabeaute_id* yang memiliki 6300 pengikut, penjualan tiap produk dapat mencapai 2000 produk terjual. Dengan rating dari pembeli dengan rata-rata mencapai 4.9 dari skala 5. Contohnya yaitu produk *Hatomugi Skin Conditioner Toner 500 ml* kemasan asli dibagi ke beberapa botol *spray* dengan ukuran bervariasi yaitu, 10 ml, 20 ml, 30 ml, 60 ml

dan 100 ml dengan harga Rp. 7.999,- hingga Rp. 34.800,- per *pcs*, sehingga para konsumen dapat memilih ukuran yang diinginkan. Kelebihan membeli produk *share in jar* adalah harganya yang relatif lebih terjangkau sebab produk kemasan *full size* telah dipindahkan ke dalam wadah yang lebih kecil, selanjutnya para konsumen diberi kesempatan mencoba beraneka jenis produk yang diinginkan terlebih dahulu sebelum membeli versi *full size*, dan kelebihan lainnya lebih efisien dibawa kemanapun serta tidak memakan tempat ketika dibawa *travelling* atau beraktivitas ke luar rumah.⁶

Namun dalam prakteknya produk *skincare share in jar* yang beredar di *online shop* ataupun *marketplace* sangat rawan untuk dimanipulasi oleh oknum pelaku usaha yang nakal. Sebab, kemasan produk kosmetik telah berpindah tempat dan sudah tidak dalam kemasan aslinya. Meskipun sebenarnya timbul bermacam masalah saat menjual ataupun membeli produk kosmetik yang diulang kedalam kemasan kontainer (*share in jar*) tetapi ada juga beberapa manfaat yang dimiliki. Para konsumen mempunyai risiko yang sangat tinggi, dengan demikian hak – hak para konsumen lebih rentan. Seperti yang dirasakan beberapa pengguna yang membeli produk kosmetik atau *skincare* yang dikemas dalam *share in jar* secara *online*. Keluhan konsumen pengguna kosmetik *share in jar* berupa tidak adanya tanggal kedaluwarsa, produk *share in jar* tersebut hanya sekedar memuat nama produk saja dan juga tidak ada aturan pakai sehingga membingungkan bagi konsumen yang tidak mengerti akan produk tersebut. Dan

⁶Popmama.com, “7 Kekurangan dan Kelebihan Membeli Produk dalam Kemasan Share In Jar” <https://www.popmama.com/amp/life/fashion-and-beauty/sarrah-ulfah-1/kekurangan-dan-kelebihan-membeli-produk-dalam-share-in-jar> diakses pada 15 Oktober 2020 pukul 17.25

juga jaminan akan keaslian produk dipertanyakan sebab telah dipindahkan dari kemasan aslinya. Dan juga ada konsumen yang memiliki efek samping setelah memakai produk *share in jar* yang dibeli yaitu berupa beruntusan seperti yang dialami oleh akun twitter @odorobolwols setelah melakukan wawancara pada tanggal 13 Januari 2021.

Soraya Hylmi, seorang *beauty influencer* dalam *Beauty Talk* Purbasari di AEON BSD, 2 Februari 2019 sempat menyinggung mengenai risiko yang sebaiknya dipertimbangkan pada penggunaan *make up share in jar*. Menurutnya, ia turut khawatir atas penggunaan *make up* atau *skincare share in jar* sebab ia meragukan kesterilan dari kemasannya karena melalui proses pemindahan wadah yang memungkinkan ada reaksi udara yang membuatnya semakin berisiko. Kemudian, ia juga menjelaskan bahwa reaksi udara yang terjadi ketika *skincare* atau *make up* dipindahkan ke wadah lain berdampak pada perubahan tekstur warna serta kegunaan produk yang mana hal tersebut berpotensi memberikan pengaruh pada kondisi kulit.⁷ Terhadap kedudukan konsumen tersebut, ia wajib mendapatkan perlindungan dari hukum. Perlindungan hukum ini jika ditinjau sangatlah dibutuhkan bagi konsumen yang ada, sebab para konsumen memiliki hak – hak yang mempunyai sifat umum dan juga memiliki hak – hak yang bersifat spesifik.⁸ Perlindungan kepada masyarakat yang ada haruslah direalisasikan dalam bentuk kepastian hukum yakni hak konsumen. Telah disebutkan dalam Undang – Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang

⁷ Firsta Nadia, *Lagi Ngetren Make-up Share In Jar, Ini Risiko yang Harus Diwaspadai*, <https://amp.suara.com/lifestyle/2019/03/02/181500/lagi-ngetren-make-up-share-in-jar-ini-risiko-yang-harus-diwaspadai>, diakses pada 21 desember 2020 pukul 07.00

⁸ Abdul Halim Barkatullah, *Hak – Hak Konsumen* (Bandung: Hikam Media Utama, 2019), 1.

Perlindungan Konsumen dijelaskan pasal – pasal apa saja yang mengandung larangan – larangan untuk pelaku usaha yang bisa menyebabkan kerugian konsumen. Misalnya, pasal 8 ayat (1) huruf I yang menyatakan:

Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau *netto*, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang atau dibuat.⁹

Dalam literatur Islam, sejarah mencatat sebelum Muhammad SAW belum diangkat jadi Rasulullah, perlindungan terhadap konsumen telah dimulai sejak saat itu. Diriwayatkan bahwa pada usia muda beliau berniaga dengan membawakan barang yang dijajakan Khadijah dari Mekkah hingga negeri Syam dengan mendapatkan upah.¹⁰ Dalam menawarkan dagangannya beliau secara transparan selalu menginformasikan kondisi barang apa adanya kepada calon pembeli. Bila ada kecacatan barang yang ditawarkannya akan beliau tunjukkan secara terbuka dan jujur. Beliau melakukan hal tersebut secara konsisten sehingga pembeli merasa puas dan tidak ada yang merasa kecewa atau tertipu dalam transaksi bisnis dengan beliau.¹¹ Setelah dilakukannya pengangkatan Muhammad SAW menjadi Rasulullah, para pembeli menerima perhatian yang cukup berarti didalam ajaran Islam. Dalam Al – Qur’an, bisnis yang tidak mendzalimi dan tidak pula didzalimi merupakan bisnis yang adil serta jujur. Sesudah Rasulullah SAW hijrah dari Mekkah ke Madinah, beliau yang merupakan pemimpin agama serta pemimpin Negara, melarang bahkan

⁹ Undang - Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

¹⁰ Mahdi Rizqullah Ahmad, Biografi Rasulullah, Sebuah studi Analisis Berdasarkan Sumber-sumber Autentik (Jakarta: Qisthi Press, 2009), 152.

¹¹ Jusmaliani, dkk, *Bisnis Berbasis Syariah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 49.

menghapuskan praktik bisnis yang tidak adil atau mengarah kepada kezaliman. Seperti penahanan stok, menyembunyian informasi penting tentang produk, spekulasi dan informasi menyesatkan.

Upaya pencegahan (*al – waqi'ah*), selalu digaungkan oleh Islam yang berhubungan dengan menjauhi kemudharatan. Beberapa kecacatan yang terjadi diakibatkan ketidakjelasan informasi, bisa merusaknya suatu transaksi. Dalam hal jual beli, produsen ataupun distributor memperoleh *profit* dengan proses dan sistem yang baik, maka berimplikasi pada kehahalan produk yang dipasarkan. Seluruh keadaan yang berkaitan dengan pencegahan hal – hal buruk dalam suatu transaksi yang berkaitan erat dengan perlindungan konsumen diantaranya, pencegahan dari pemalsuan informasi, pencegahan dari pemakaian alat ukur timbang yang tidak benar. Selanjutnya, pencegahan terhadap keterpaksaan dengan memperhatikan hak pilih, pencegahan dari ketidakamanan produk dan lain – lain. Hak dan kewajiban penjual yaitu memberikan informasi selengkapya kepada pembeli seperti yang terdapat dalam firman Allah surah Al-Mai'dah ayat 1:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَى عَلَيْكُمْ غَيْرَ
مُحَلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

Hai orang-orang yang beriman, penuhilah akad-akad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (Yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya.¹²

¹²Q.S. Al-Maidah (5) ayat 1.

Berdasarkan permasalahan yang ditemukan, penulis hendak meninjau dan mengkaji perlindungan konsumen penjualan produk kosmetik *share in jar* secara *online* menurut hukum Islam dengan judul penelitian “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen Dalam Penjualan Produk Kosmetik dengan Sistem *Share in jar* Secara *Online* (Studi Pada Toko *Online Shopee @mabeaute_id*)”

B. Fokus Penelitian

Dari seluruh penjelasan yang tercakup pada penelitian tersebut, dapat ditemukan masalah yang perlu dilakukan penelitian pada penelitian ini, serta masalah yang timbul tersebut dapat dirumuskan kedalam pertanyaan berikut:

1. Bagaimanakah perlindungan konsumen dalam penjualan kosmetik dengan sistem *share in jar* secara *online* di toko *online shopee @mabeaute_id*?
2. Bagaimanakah tinjauan Hukum Islam terkait perlindungan konsumen pada penjualan kosmetik melalui sistem *share in jar* dengan sistem *online* di toko *online shopee @mabeaute_id*?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan diadakannya penelitian ini berdasarkan rumusan masalah diatas:

1. Untuk mengetahui perlindungan konsumen dalam penjualan kosmetik dengan sistem *share in jar* secara *online* di toko *online shopee @mabeaute_id*
2. Untuk mengetahui tinjauan Hukum Islam terhadap perlindungan konsumen dalam penjualan kosmetik dengan sistem *share in jar* secara *online* di toko *online shopee @mabeaute_id*.

D. Manfaat Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis hasil dari penelitian ini mampu memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Diharapkan dapat memperluas ilmu dan manfaat terhadap keilmuan hukum di Indonesia, khususnya dalam hal perlindungan konsumen terhadap praktik penjualan kosmetik *share in jar* secara *online*.
- b. Dapat dipergunakan untuk bahan referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi akademisi, dapat menambah keilmuan tentang tinjauan Hukum Islam terhadap perlindungan konsumen atas pencegahan terhadap transaksi merugikan dalam penjualan produk kosmetik *share in jar* secara *online*.
- b. Bagi pelaku usaha, besar harapannya bila penelitian ini bisa memperluas pengetahuan dan wawasan yang bermanfaat bagi mereka tentang

pentingnya kehati – hatian saat menjalankan bisnisnya serta dapat memberikan hak – hak konsumen supaya tidak menyebabkan kerugian bagi pembeli secara materiil dan batin.

- c. Bagi masyarakat, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi pengetahuan serta informasi yang cukup pada seluruh masyarakat dan menjadi acuan untuk lebih berhati – hati serta teliti ketika menggunakan dan membeli produk kosmetik *share in jar*.

E. Telaah Pustaka

Pada penelitian ini peneliti terlebih dahulu melaksanakan kajian pustaka serta mencari beberapa penelitian yang berhubungan dengan penelitian ini, kajian pustaka ini telah dilakukan sebelumnya dan inilah kajian – kajian yang didapatkan:

1. “*Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Some By Mi Toner Dengan Sistem Share in jar (Studi Kasus Di Toko Online Instagram @Moooi.Moly)*” Karya Alfiyyah Rahma. Dari penelitian tersebut didapatkan hasil tinjauan Hukum Islam terkait transaksi *Some By Me Toner* menggunakan sistem *share in jar*, dari penelitian ini memperbolehkan hal tersebut dikarenakan sudah memenuhi rukun dan juga syarat beserta unsur jual belinya. Sedangkan kemiripan yang dimiliki pada penelitian ini dengan apa yang telah peneliti akan lakukan yaitu pada metode yang dipakai yakni kualitatif serta objek yang digunakan pada penelitian yaitu kosmetik yang dikemas ulang kedalam kontainer (*share in jar*). Adapun perbedaannya

tampak pada Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perlindungan dalam penjualan produk kosmetik dengan sistem *share in jar* secara *online*.

2. “*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli Pakaian Online (Studi Pengguna Shopee di Kota Yogyakarta)*” Karya Habibullah Sukma. Dari hasil penelitian yang diperoleh didapatkan bahwa terjadi suatu pelanggaran yang menyebabkan kerugian kepada konsumen yang menggunakan aplikasi *shopee*, misalnya saja barang yang datang dengan kondisi rusak, tidak sesuai dengan yang dipesan hingga keterlambatan kedatangan barang. Disisi lainnya bila dilihat dari *maqashid al-syariah* dalam *hifzul mal*, transaksi seperti ini merupakan transaksi *bathil* dikarenakan bertolak belakang dengan tujuan besar *hifzul mal* dalam *maqashid al - ‘ammah* serta disesuaikan dengan *maqashid al - khaṣṣah* yaitu terhindar dari larangan *gharar*. Persamaan penelitian terletak pada metode yang digunakan yaitu kualitatif dan dan meninjau hukum Islam terhadap perlindungan konsumen. Perbedaannya terletak pada objek penelitian yaitu kosmetik *share in jar* serta lokasi penelitian.
3. “*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen Atas Obat Tradisional Ilegal*” Karya Roza Qurotul A’yuni M. Wachid. Pada penelitian ini didapatkan bahwasannya perlindungan hukum kepada konsumen obat tradisioal yang ilegal tidak sepenuhnya terlaksanan sesuai dengan harapan. Seperti yang tertuang dalam UUPK konsumen tidak diuntungkan disebabkan oleh tidak diperolehnya hak atas perlindungan, kenyamanan, dan keselamatan serta hak atas informasi yang benar, baik, jelas, serta jujur

mengenai barang dan/atau jasa. Fokus perlindungan konsumen didalam Islam yaitu memelihara jiwa yang terdapat dalam salah satu dari 5 pokok yang harus dilindungi serta kemaslahatannya menjadi tujuan *maqashid al-syariah*, hingga obat tradisional ilegal tidak diperbolehkan dikonsumsi karena dapat menyebabkan bahaya bagi kesehatan. Persamaan penelitian berada di metode yang dipakai yaitu kualitatif serta meninjau hukum Islam terkait perlindungan konsumen. Perbedaannya terletak pada objek penelitian yaitu kosmetik *share in jar* serta lokasi penelitian.

F. Sistematika Pembahasan

Agar memudahkan penyusunan penelitian ini lebih terstruktur dan sistematis maka penulis membagi beberapa sub-bab mengenai sistematika pembahasan. Adapun sistematika dalam penyusunan penelitian ini terbagi menjadi lima bab dengan rincian sebagai berikut:

Pada bab pertama yakni terdiri dari pendahuluan terdiri dari latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, telaah pustaka, dan sistematika pembahasan.

Bab kedua, dalam bab ini berisi mengenai Landasan teori berisi tentang teori yang berkaitan dengan penelitian. Terdiri dari tinjauan tentang perlindungan konsumen meliputi pengertian, landasan hukum perlindungan konsumen dalam hukum Islam, asas dan tujuan perlindungan konsumen dalam hukum Islam, bentuk perlindungan konsumen dalam hukum Islam serta upaya pencegahan (*al – waqi'ah*) terhadap transaksi yang merugikan.

Bab ketiga berisi metode penelitian yang memuat pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber data penelitian, metode pengumpulan data, serta analisis data.

Bab keempat berisi paparan data yakni tentang transaksi penjualan produk kosmetik dengan sistem *share in jar* secara online di toko online *shopee @mabeaute_id*. Berupa gambaran umum toko *@mabeaute_id* yang meliputi: profil *@mabeaute_id*, visi dan misi, proses sterilisasi sampai pengemasan produk kosmetik, mekanisme penjualan, produk – produk kosmetik *share in jar*, hak dan kewajiban pembeli di *@mabeaute_id*, permasalahan yang terjadi dan solusi di *@mabeaute_id*.

Bab kelima berisi analisis dan pembahasan terhadap hasil penelitian yang dilakukan yaitu mengenai tinjauan hukum Islam terhadap perlindungan konsumen dalam penjualan produk kosmetik dengan sistem *share in jar* secara *online* di *@mabeaute_id*.

Bab keenam merupakan penutup yang berisi kesimpulan hasil penelitian serta saran untuk pembahasan masalah dalam penelitian ini yang diharapkan dapat bermanfaat untuk semua pihak.