

**JUAL BELI PRODUK KECANTIKAN *NON* BPOM
(BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN) DI TOKO GO
MELALUI MEDIA SOSIAL PERSPEKTIF FIQH MUAMALAH**

SKRIPSI



Lu'luatul Mukarromah

NIM : 204102020072

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**

FAKULTAS SYARIAH

JUNI 2025

**JUAL BELI PRODUK KECANTIKAN *NON* BPOM
(BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN) DI TOKO GO
MELALUI MEDIA SOSIAL PERSPEKTIF FIQH MUAMALAH**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Hukum (S.H)
Fakultas Syariah
Program Studi Hukum Ekonomi Syariah



Oleh:

Lu'luatul Mukarromah

NIM : 204102020072

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**

FAKULTAS SYARIAH

JUNI 2025

**JUAL BELI PRODUK KECANTIKAN *NON* BPOM
(BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN) DI TOKO GO
MELALUI MEDIA SOSIAL PERSPEKTIF FIQH MUAMALAH**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Hukum (S.H)
Fakultas Syariah
Program Studi Hukum Ekonomi Syariah

Oleh:

Lu'luatul Mukarromah

NIM : 204102020072

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Disetujui Pembimbing

22/0025
/5

AFRIK YUNARI, M.H.
NIP. 199201132020122010

**JUAL BELI PRODUK KECANTIKAN *NON* BPOM
(BADAN PENGAWAS OBAT DAN MAKANAN) DI TOKO GO
MELALUI MEDIA SOSIAL PERSPEKTIF FIQH MUAMALAH**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H)

Fakultas Syariah

Program Studi Hukum Ekonomi Syariah

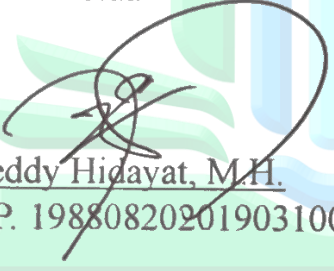
Hari: Senin

Tanggal: 30 Juni 2025

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris


Freddy Hidayat, M.H.
NIP. 198808202019031003


M. Ali Syaifudin Z., S.E.I, M.M.
NIP. 198202072025211004

Anggota

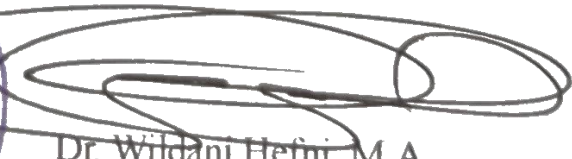
1. Dr. Hj. Mahmudah, M.E.I

2. Afrik Yunari, M.H.

Menyetujui,

Dekan Fakultas Syariah




Dr. Wildani Hefni, M.A.
NIP. 19911107208011004

MOTTO

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا

Artinya: “Janganlah engkau mengikuti sesuatu yang tidak kauketahui. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan, dan hati nurani, semua itu akan diminta pertanggungjawabannya”. (QS Al-Isra Ayat: 36).¹



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

¹ Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-qur'an dan Terjemahannya, (Jakarta, 2023), 289.

PERSEMBAHAN

Saya ingin mengungkapkan apresiasi yang setinggi-tingginya kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi ini. Sebagai ungkapan terima kasih dan penghormatan, saya tujukan karya ini untuk:

1. Ayah tercinta, Abdul Azis, terima kasih saya sampaikan atas kasih sayang dan perhatian yang tulus., serta dukungan, nasihat, dan doa yang selalu menyertai. Ayah adalah sosok penopang utama dalam hidup saya. Semoga Allah senantiasa memberkahi ayah.
2. Ibu tercinta, Linda Sulastri, Syukur dan terima kasih atas segala jerih payah dan cinta Ibu yang tak pernah lelah demi pendidikan anak-anakmu. Terima kasih atas dukungan doa yang tak pernah putus, khususnya dalam proses penyelesaian karya tulis ini. Ibu adalah surga yang selalu dirindukan dalam setiap langkahku.
3. Saudaraku, Muhammad Aqil Ainul Qirom, serta seluruh keluarga besar yang senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan yang terus mendorong saya untuk menggapai cita-cita.
4. Terima kasih untuk diri sendiri yang telah menyelesaikan skripsi ini dengan segala kemungkinan yang ada. Tetaplah menjadi manusia yang mau berusaha dan tidak lelah untuk mencoba. *God thank you for being me independent women, i know there are more great ones but i', proud of this achievement.*

ABSTRAK

Lu'luatul Mukarromah, 2025 : *Jual Beli Produk Kecantikan Non BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) Di Toko GO Melalui Media Sosial Perspektif Fiqih Muamalah..*

Kata Kunci: *Jual Beli, Produk Kecantikan, BPOM, Media Sosial*

Pada dasarnya proses jual beli produk kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) melalui media sosial ialah tidak sesuai dengan aturan hukum atau prinsip fiqh muamalah, sebagaimana dalam jual beli barang atau produk harus mengandung kemaslahatan bagi masyarakat, hal ini menjadi perlu diperhatikan karena dalam jual beli produk kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) tersebut dikhawatirkan mengandung unsur *kemudharatan*.

Fokus penelitian dalam skripsi ini yaitu: (1) Bagaimana praktik jual beli produk kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) di Toko GO melalui media sosial ? (2) Bagaimana jual beli produk kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) melalui media sosial di Toko GO dalam perspektif fiqh muamalah?

Penelitian ini bertujuan untuk : (1) Untuk mendeskripsikan praktik jual beli produk kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) di Toko GO melalui media sosial. (2) Untuk mendeskripsikan jual beli produk kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) di Toko GO melalui media sosial menurut fiqh muamalah.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Peneliti menerapkan beberapa teknik pengumpulan data, seperti Observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini disimpulkan bahwa: (1) Praktik Jual beli produk kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) di Toko GO melalui media sosial yaitu dengan pembeli membuat promosi di media sosial kemudian konsumen akan mengirimkan balasan sehingga terjadi negosiasi terkait produk kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan), selanjutnya konsumen membayar DP atau lunas dan barang akan sampai kepada konsumen 5-7 hari setelah pemesanan. Akad yang digunakan dalam praktik jual beli ini yaitu akad *salam* dan *istisna'*. (2) Berdasarkan perspektif fiqh muamalah hukumnya tidak sah (*fasad*), karena syarat suatu objek jual beli yaitu objek jual beli tidak boleh mengandung unsur yang merugikan, tidak halal, atau mengandung unsur yang dilarang dalam Islam. Sedangkan produk kecantikan yang dijual belum mendapatkan izin dari BPOM maka dikhawatirkan produk kecantikan tersebut mengandung unsur yang membahayakan bagi penggunaanya. Dalam hukum Islam, jual beli produk kecantikan tanpa izin edar BPOM dikategorikan haram karena tidak menjamin keamanan, kualitas, dan kehalalan. Transaksi semacam ini mengandung unsur *gharar*, *dharar*, dan *tadlis*, yang dilarang dalam fiqh.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat beserta hidayah-Nya, sehingga penulisan skripsi dengan judul “Jual Beli Produk Kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) Di Toko GO Melalui Media Sosial Perspektif Fiqh Muamalah" ini dapat selesai dengan baik. Dan juga diajukan sebagai salah satu syarat diperolehnya gelar Sarjana Hukum (S.H) Fakultas Syariah.

Penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan yang berharga ini, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya atas doa, motivasi, serta dukungan yang telah diberikan selama proses penulisan skripsi ini. Dengan penuh kerendahan hati dan ketulusan, penulis mengungkapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Hepni, S.Ag., M.M. CPEM selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Bapak Dr. Wildani Hefni, M. A. Selaku Dekan Fakultas Syariah.
3. Ibu Dr. Busriyanti, M.Ag. Selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Syariah.
4. Bapak Freddy Hidayat, M.H. Selaku Koordinator Program Studi Hukum Ekonomi Syariah.
5. Bapak M. Ali Syaifudin Zuhri, S.E.I, M.M. Selaku Dosen Pembimbing Akademik.

6. Ibu Afrik Yunari, M. H. Selaku Dosen Pembimbing dalam penyusunan skripsi ini yang dengan sabar memberikan arahan serta pendampingan sepanjang penulisan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen dan karyawan Fakultas Syariah yang mendidik dan memberikan ilmunya selama menempuh studi di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
8. Kepada Owner, Karyawan dan Konsumen Toko GO yang telah membolehkan penulis melakukan penelitian serta mempermudah segala aktivitas selama proses penelitian sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik..
9. Kepada semua pihak yang namanya tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terima kasih atas segala bantuan dan dukungan yang telah membantu menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga segala kebaikan yang telah Bapak/Ibu berikan kepada penulis mendapatkan balasan yang terbaik dari Allah SWT. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya, dan berharap karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat serta keberkahan, baik di dunia maupun di akhirat, khususnya bagi penulis dan para pembaca pada umumnya. Amin, ya Rabbal 'Alamin..

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Jember, 22 Mei 2025

Lu'luatul Mukarromah

NIM : 204102020072

DAFTAR ISI

Hal

HALAMAN SAMPUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Definisi Istilah	9
F. Sistematika Pembahasan	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
A. Penelitian Terdahulu.....	13
B. Kajian Teori	22
BAB III METODE PENELITIAN	63
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	63
B. Lokasi Penelitian	64
C. Subjek Penelitian.....	65
D. Teknik Pengumpulan Data	64
E. Analisis Data.....	67
F. Keabsahan Data.....	67
G. Tahap-Tahap Penelitian	67

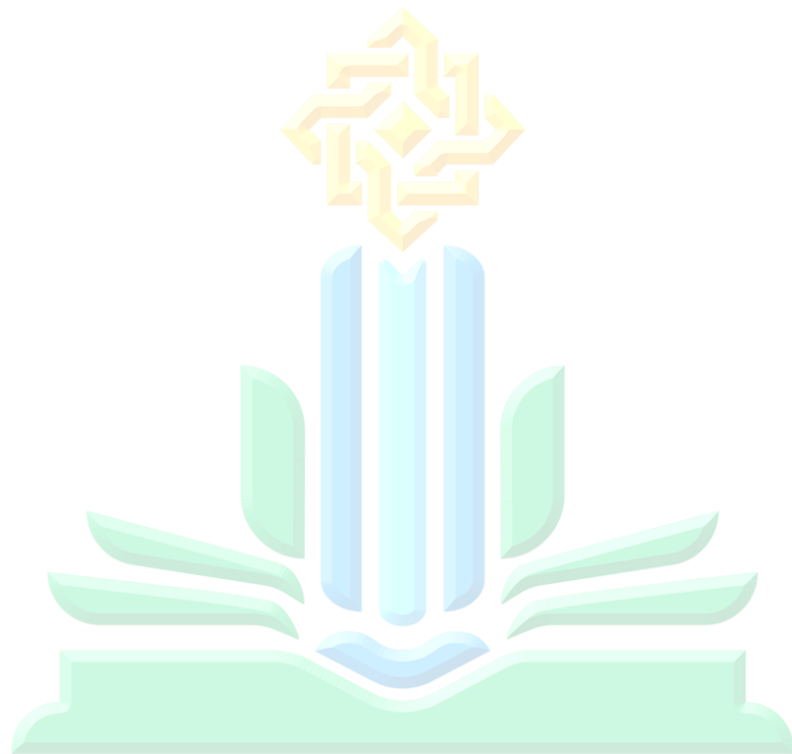
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS.....	70
A. Gambaran Obyek Penelitian.....	70
B. Penyajian Data Dan Analisis	71
C. Pembahasan Temuan	83
BAB V PENUTUP	96
A. Kesimpulan.....	96
B. Saran	98
DAFTAR PUSTAKA.....	100
LAMPIRAN	
a. Pernyataan Keaslian Tulisan	
b. Surat Izin Penelitian	
c. Surat Selesai Penelitian	
d. Jurnal Kegiatan Penelitian	
e. Pedoman Wawancara	
f. Dokumentasi Wawancara	
g. Biodata Penulis	



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR TABEL

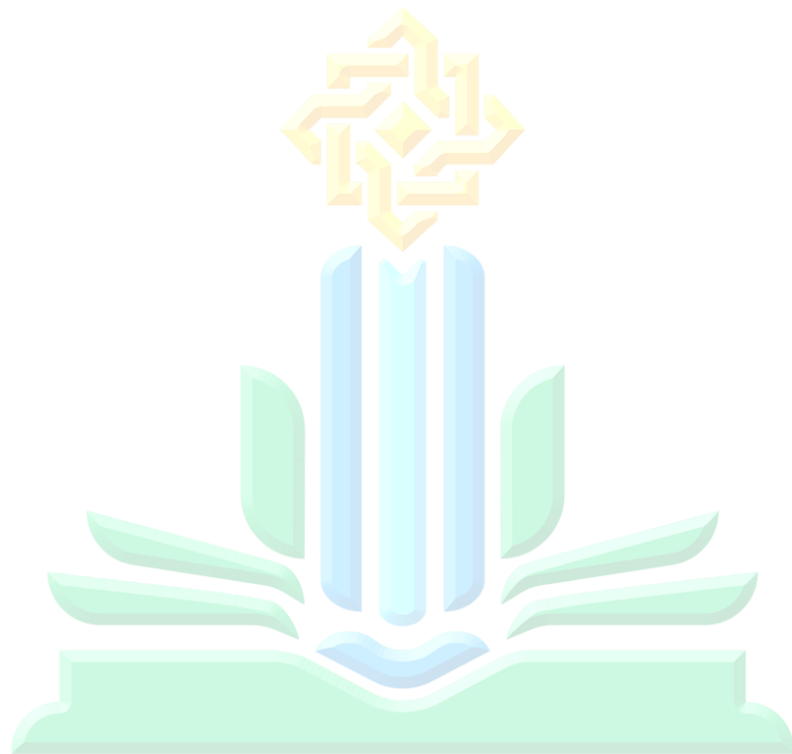
	Hal
Tabel 2.1 Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Data Informan	65
Tabel 4.1 Daftar Nama Karyawan	71



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 4.1 Foto Obyek Penelitian (Produk).....	72
Gambar 4.2 Skema Alur Jual Beli di Toko GO.....	85



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Bagi perempuan produk kecantikan merupakan salah satu kebutuhan rutin dalam kehidupan sehari-hari untuk menunjang penampilan agar terlihat lebih cantik, sehingga beragam produk kecantikan tersedia luas di pasar yang dapat menyebabkan pelaku usaha produk kecantikan terus berkembang dan berinovasi produknya yang semakin meningkat setiap tahunnya.²

Produk kecantikan bisa didapatkan salah satunya melalui media sosial. Saat ini media sosial tidak hanya sebagai media hiburan akan tetapi menjadi salah satu teknologi dalam mempromosikan suatu produk termasuk produk kecantikan. Adapun *platform* media sosial yang banyak digunakan salah satunya adalah *Whatsapp* dan *Instagram* yang dapat dijadikan sebagai media komunikasi pemasaran dengan memanfaatkan berbagai macam *fitur* yang ada didalamnya.³

Produk kecantikan digunakan untuk mengatasi *pigmentasi* kulit seperti *lotion*, *cream* wajah dan lain-lain. Umumnya bahan pencerah kulit yang digunakan adalah suatu kombinasi bahan-bahan yang menjadi proses jalur *melanogenesis*, *transfer melanin*, atau *deskuamasi* yang berfungsi mengurangi

² Rahayau Pancaningsih, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Penjualan Produk Kecantikan Pada Online Shop Kumara Store Di Sukoharjo," *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce* Vol.1, No.4, 2022. 136.

³ Dicky Perwira Ompusunggu "Pemanfaatan *Instagram* Sebagai Media Promosi Kosmetik Hi.Makeup Di Kota Palangkaraya", *Journal Inovasi Hasil Penelitian dan Pengembangan*, Vol.3 No.2, 2023. 102.

pigmentasi pada kulit, baik yang berasal dari bahan alami maupun *sintetis*. Namun, beberapa bahan aktif tersebut juga berpotensi menimbulkan efek samping terhadap kesehatan.⁴

Adanya produk kecantikan yang dapat menyebabkan kerusakan pada kesehatan pemakainya apabila produk tersebut mengandung bahan yang berbahaya seperti bahan pewarna, zat pengawet, dan zat pemutih, dan zat lain sejenisnya, hal ini bertentangan dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 2 yang menyatakan bahwa:

“Perlindungan konsumen dengan berdasarkan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan, serta kepastian hukum”.⁵

Peraturan tentang kosmetika diatur dalam BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) yaitu pada Peraturan Kepala BPOM RI tahun 2011 tentang Pengawasan Produksi Dan Peredaran Kosmetika. Dalam pasal 2 yang menyatakan bahwa:

“Setiap kosmetika yang beredar wajib memenuhi standar dan/atau persyaratan keamanan, penandaan, klaim, dan dinotifikasi”.⁶

Maka dalam hal ini peredaran mengenai produk kecantikan harus sesuai dengan standarisasi yang berlaku yaitu memiliki izin edar dari BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan). Hal ini diperkuat dengan adanya

⁴ Retno Haryanti, Auliya Suwantika dan Marline Abdassah, “Artikel Ulasan: Tinjauan Bahan Berbahaya Dalam Krim Pencerah Kulit,” *Jurnal Kecantikan Farmaka*, Vol. 16 No.2, (Bandung 2018):216-217, <https://doi.org/10.24198/jf.v16i2.16932.g8801>.

⁵ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 2.

⁶ Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat Dan Makanan Republik Indonesia Tahun 2011, Pasal 2.

Peraturan Kepala BPOM Republik Indonesia Tahun 2011 Tentang Pengawasan Pemasukan Kosmetika menyebutkan bahwa :⁷

“Pemasukan kosmetika harus sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan memperoleh persetujuan dari Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Kosmetika yang beredar di Indonesia wajib memiliki izin edar dalam bentuk notifikasi. Jika pelaku usaha tidak memiliki izin edar yang dikeluarkan oleh BPOM, maka hal tersebut merupakan pelanggaran terhadap ketentuan hukum dan dapat dikenai sanksi administratif. Pasal 9 ayat (2) menjelaskan bahwa sanksi administratif tersebut meliputi: 1. Peringatan tertulis; 2. Larangan untuk mengedarkan kosmetika; 3. Penarikan kosmetika dari peredaran; 4. Pemusnahan kosmetika; dan 5. Penghentian sementara produk, pemasukan, serta peredaran kosmetika”.

Sehingga dalam hal ini terdapat ketidaksesuaian antara peraturan dengan praktik di lapangan dimana produk kecantikan yang tidak memiliki izin edar BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) dilarang untuk diperjual belikan. Dimana peraturan tersebut berlaku bagi semua produk kecantikan *Non BPOM* yang dijual secara langsung (*offline*) maupun melalui media sosial (*online*).

Dalam sosial media terdapat banyak *marketplace* dan media yang menyediakan dan mempromosikan barang-barang yang dibutuhkan oleh masyarakat. Metode promosi yang dilakukan melalui media sosial tersebut mempunyai beberapa metode, salah satunya melalui *endorse* para publik figur (*influencer*) yang dapat berpengaruh ke produk yang dijual supaya lebih dikenal oleh masyarakat luas, selain dari teknik promosi tersebut, penetapan

⁷ Peraturan Kepala Badan POM Republik Indonesia Tahun 2011 Tentang Pengawasan Pemasukan Kosmetika.

harga juga menjadi hal yang harus diperhatikan dan dipertimbangkan dalam menjual suatu produk mengingat banyaknya persaingan harga di pasaran.

Adapun kelebihan jual beli melalui media sosial dapat mempermudah konsumen dalam jual beli produk kecantikan, sedangkan kelemahannya adanya potensi merugikan konsumen karena memungkinkan barang yang dipesan tidak sesuai yang diharapkan dan berpotensi adanya zat berbahaya didalamnya. Dari kelebihan dan kekurangan tersebut dapat menimbulkan permasalahan antara pelaku usaha dan konsumen. Salah satu penyebab hal tersebut terjadi karena luputnya pengawasan terhadap produk-produk kecantikan tersebut dan adanya oknum yang tidak atau belum memiliki izin edar terhadap produk yang dijualnya. Seperti tidak melengkapi izin resmi serta *standart* kualitas produk yang sesuai sehingga kurang menjamin keamanannya untuk digunakan dan diperjual belikan.⁸

Akibat kurangnya penerapan dan pengawasan, posisi konsumen tidak terlindungi baik secara kesehatan maupun ekonomi (*financial*). Sehingga banyak terjadi praktek jual beli produk kecantikan yang merugikan konsumen. Dalam transaksi jual beli terdapat dua macam motif atau dorongan seseorang dalam melakukan jual beli yaitu: 1) motif pembelian primer adalah dorongan jual beli yang diminati sesuai kebutuhan, 2) motif pembelian

⁸ Ni Kadek Diah Sri Pratiwi, Made Nurmawati, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Produk Kosmetik Impor Tanpa Izin Edar yang Dijual Secara *Online*", *Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 7 No. 5, 2019), 8.

selektif adalah dorongan jual beli diminati karena ketertarikan atau keinginan semata terhadap produk tersebut.

Keputusan seseorang dalam membeli barang atau jasa dapat dipengaruhi oleh dorongan yang bersifat rasional maupun emosional. Motif *rasional* muncul dari pertimbangan logis berdasarkan fakta yang ditawarkan oleh produk kepada konsumen. Beberapa faktor yang sering menjadi bahan pertimbangan mencakup kualitas, harga, pelayanan, ketersediaan produk, *desain*, efisiensi penggunaan, daya tahan, keandalan, keterbatasan waktu, kebersihan, serta efektivitas. Sedangkan motif emosional berkaitan dengan aspek perasaan atau emosi pribadi. Konsumen dengan dorongan emosional cenderung memilih jenis produk karena alasan penghargaan diri, kebanggaan pribadi, serta perasaan senang, ketertarikan, rasa aman, kemudahan, kenyamanan, atau sebagai bentuk ekspresi kasih sayang.⁹

Dalam ajaran islam, terdapat aturan yang mengatur tata cara bermuamalah secara benar. Untuk memperoleh keridaan Allah SWT dalam setiap transaksi, terdapat syarat dan prinsip yang harus ada. Prinsip tersebut meliputi kejujuran (*al-amanah*), keadilan (*al-'adl*), keseimbangan (*al-wasathiyah*), kebenaran (*as-shidq*), saling tolong-menolong (*at-ta'awun*),

⁹ Yusa, V. De. "Pengaruh Motif Rasional dan Motif Emosional Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Blackberry di Bandar Lampung". *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2015, Vol. 9 No. 2, 2015.

kebersamaan dan kesetaraan (*ukhuwah*), serta kebebasan dalam berkehendak (*freeweell*).¹⁰

Suatu transaksi jual beli dianggap sah apabila telah memenuhi rukun dan syarat yang berlaku dalam jual beli terpenuhi, rukun dalam transaksi jual beli sebagai berikut : 1) *ijab qabul* 2) subjek akad 3) *ma'kud alaih* (objek akad), sedangkan persyaratan dalam jual beli yaitu :1) Penjual dan pembeli harus *baligh* dan berakal sehat, 2) Jual beli dilakukan atas kehendak sendiri, 3) barang yang dijual harus ada saat transaksi serta jelas dan dapat dilihat oleh Subjek, 4) barang yang dijual harus bermanfaat, 5) barang yang dijual tidak kotor, 6) barang yang dijual adalah milik pedagangannya.¹¹

Terdapat beberapa perspektif akad dalam bermuamalah yang menjadi panduan dalam jual beli produk kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) tersebut yaitu akad *istisna'* dan akad *salam*. Asas utama dalam fikih muamalah adalah mengutamakan manfaat bagi semua pihak yang terlibat dan menjauhi hal-hal yang merugikan (*mudharat*) . Jual beli dengan kedua akad tersebut hukumnya sah apabila memenuhi syarat dan rukun dari akad *istisna'* dan *salam*. Hal ini sesuai dengan FATWA DSN MUI NO:06/DSN-MUI/IV/2000 tentang jual beli *istisna'* dan FATWA DSN MUI NO:05/ DSN-MUI/IV/2000 tentang jual beli *salam*.

¹⁰ Mhd, Nasirwan, "Tinjauan Hukum Ekonomi Islam Terhadap Peredaran Krim Wajah Tanpa Nomor Registrasi Badan Pengawasan Obat Dan Makanan", *Jurnal Ilmu Syariah Dan Akhwal Al-Syakhshiyyah*, Vol.5, No.2.2022, 178.

¹¹ "Jual Beli dalam Islam: Pengertian, Hukum, Syarat, & Macamnya", OCBC *online*, 26 Oktober, 2023, <https://www.ocbc.id/id/article/2023/10/27/jual-beli-dalam-islam>.

Penelitian ini berlokasi di toko GO yang merupakan toko yang menjual berbagai produk kecantikan mulai dari produk kecantikan yang sudah memiliki izin edar dari BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) sampai produk kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan). Sistem penjualan produk kecantikan di toko GO ini menggunakan dua sistem penjualan yaitu melalui *offline* dan *online*. Penelitian dalam karya ilmiah ini meneliti terkait jual beli produk kecantikan melalui media sosial. Media sosial yang digunakan dalam transaksi jual beli tersebut yaitu berupa *instagram* dan *whatsapp*. Berdasarkan hasil observasi awal bahwa owner dari toko GO mengetahui

Melihat betapa pentingnya pengaruh media sosial terhadap promosi produk kecantikan selaras dengan adanya jual beli produk kecantikan yang beredar tanpa adanya izin edar dari BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan). Hal ini menjadi sesuatu yang harus diperhatikan dalam transaksi jual beli di Indonesia hal ini juga berlaku sistem jual beli di Toko GO. Karena sesuai dengan asas jual beli yang berlandaskan kemaslahatan bersama (pelaku usaha dan konsumen) maka seharusnya jual beli sebaiknya menghindari adanya keburukan dan kerugian (*mudhorat*) bagi semua pihak. Maka permasalahan tersebut harus dikaji dalam fiqh muamalah agar jual beli tersebut selaras dengan ketentuan dalam Fiqh muamalah, sehingga permasalahan jual beli produk kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) melalui media sosial tersebut akan dikaji dalam karya ini, penulis akan mengkaji melalui sebuah penelitian dengan judul “Jual Beli

Produk Kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) di Toko GO melalui Media Sosial Perspektif Fiqh Muamalah”.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana praktik jual beli produk kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) di Toko GO melalui media sosial?
2. Bagaimana jual beli produk kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) di Toko GO melalui media sosial dalam perspektif fiqh muamalah ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian diatas, maka dapat disimpulkan tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mendeskripsikan praktik jual beli produk kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) di Toko GO melalui media sosial.
2. Untuk menganalisis dan mendeskripsikan jual beli produk kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) melalui media sosial di Toko GO dalam perspektif fiqh muamalah.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis
 - a. Berkontribusi terhadap pengembangan studi Hukum Ekonomi Syariah dan menjadi bahan pertimbangan bagi pengelola lembaga pendidikan.
 - b. Dapat menjadi kontribusi ilmiah yang dapat dimanfaatkan oleh peneliti lain dalam studi sejenis.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti

Dapat menambah wawasan sekaligus pengetahuan dalam penerapan keilmuan Hukum Ekonomi Syariah tentang jual beli produk kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) melalui media sosial perspektif fiqh muamalah.

b. Manfaat bagi masyarakat

Dapat mengetahui dan memahami dalam memilih produk kecantikan serta dapat menjadi bahan pertimbangan atau kehati-hatian dalam berbelanja melalui media sosial.

c. Manfaat bagi pelaku usaha

Dapat menjadi bahan masukan dan evaluasi mengenai proses jual beli produk kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) melalui media sosial perspektif fiqh muamalah.

E. Definisi Istilah

Judul penelitian ini mengandung beberapa istilah yang akan dijabarkan sebagai berikut :

1. Jual Beli

Jual beli disebut dengan (*al-ba'i*) yang mengandung arti memperjual belikan atau melakukan pertukaran antara satu barang dengan barang lainnya. Secara *etimologis*, *al-bai'* merujuk pada aktivitas pertukaran barang dengan barang yang dikenal dengan sistem *barter*. Sedangkan secara *terminologis* dalam fiqh dipakai untuk lawannya yaitu

membeli. Dengan demikian (*al-ba'i*) mengandung arti menjual sekaligus membeli atau jual beli¹²

2. Produk Kecantikan

Produk kecantikan adalah jenis produk yang berfokus pada perawatan dan penampilan kulit, wajah, rambut dan lain-lain. Dalam industri kecantikan, produk ini dapat berupa barang seperti kosmetik, perawatan kulit wajah, perawatan badan, *skincare* dan lain-lain yang dikembangkan dalam rangka memenuhi permintaan dan preferensi konsumen.¹³

3. Non BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan)

Non artinya tidak (*dalam bahasa inggris*). BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) merupakan lembaga pemerintah di Indonesia yang memiliki tanggung jawab dalam mengatur, menetapkan standart, serta memberikan sertifikasi terhadap produk makanan dan obat-obatan. Tugasnya mencakup seluruh aspek mulai dari proses produksi, distribusi, penggunaan, hingga jaminan keamanan makanan, obat, kosmetik, dan berbagai produk sejenis lainnya..¹⁴ Maka *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) berarti suatu produk yang belum memiliki izin edar dari BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan).

¹² Hasan Ahmad Said, *Tafsir Ahkam Ekonomi Dalam AL-Qur'an*, (Lampung: Syariah Press, 2021), 244.

¹³ <https://www.temposcangroup.com/id/produk-layanan/cosmetic> diakses tanggal 20 Mei 2024, 17:36.

¹⁴ Rezky Nur Amelia, "Peran Balai Besar Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Dalam Pengawasan Kosmetik Tanpa Izin Edar di Kota Makassar", (Tesis, Universitas Negeri Makassar, 2018), 2.

4. Media Sosial

Media sosial adalah sarana atau media yang digunakan penggunaanya untuk membuat, membagikan konten, serta berinteraksi dalam komunitas secara *online*.¹⁵ Media sosial menjadi salah satu sarana dalam mempromosikan sesuatu baik produk maupun jasa. Media sosial ini biasanya berbentuk aplikasi, dalam hal ini media sosial yang dimaksud adalah *WhatsApp* dan *Instagram*.

5. Fiqh Muamalah

Fiqh Muamalah merupakan kumpulan ketentuan yang Allah tetapkan untuk mengarahkan aturan hubungan antar manusia dalam hal pertukaran harta, termasuk tata cara memperoleh dan mengelola kekayaan yang telah ditetapkan.¹⁶ Berdasarkan KHES (Kompilasi Hukum Ekonom Syariah), Akad merupakan suatu bentuk persetujuan yang terjalin antara dua pihak atau lebih dalam sebuah perjanjian untuk melaksanakan atau tidak melaksanakan tindakan hukum tertentu.¹⁷

Berdasarkan definisi istilah diatas, maka penelitian ini dimaksudkan untuk mendeskripsikan dan menganalisis tentang jual beli produk kecantikan *Non BPOM* (Badan Pengawas Obat dan Makanan) di Toko GO melalui media sosial dalam perspektif fiqh muamalah dengan berpedoman fatwa DSN MUI dan KHES (Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah).

¹⁵ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)

¹⁶ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), 2-3.

¹⁷ Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, Buku II Tentang Akad, Bab 1, Pasal 20 Ayat 1, 10.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan menjelaskan secara rinci tata urutan pembahasan dalam skripsi, bertujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh serta menghasilkan karya tulis yang tersusun secara teratur. Berikut ini adalah susunan sistematika pembahasan dalam penelitian skripsi ini:

1. **Bab I**, berisi tentang pendahuluan, menguraikan konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan, penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah serta sistematika pembahasan.
2. **Bab II**, berisi tentang kajian kepustakaan, meliputi penelitian terdahulu dan kajian teori.
3. **Bab III**, berisi tentang metode penelitian, meliputi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subyek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data serta tahap-tahap penelitian.
4. **Bab IV**, penyajian data dan analisis, berisi gambaran obyek penelitian, penyajian data dan analisis serta pembahasan temuan.
5. **Bab V**, Penutup dalam bab akhir ini berisi kesimpulan dan saran dari peneliti.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan kajian yang dilakukan oleh para peneliti sebagai dasar perbandingan sekaligus sumber inspirasi dalam rangka mengidentifikasi tingkat orisinalitas serta menentukan posisi penelitian yang akan dilakukan dalam konteks keilmuan yang relevan.¹⁸ Berdasarkan fokus yang diangkat, beberapa penelitian terkait yang bisa digunakan sebagai sumber rujukan meliputi:

- a. Skripsi yang disusun oleh Arti “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen Produk Kosmetik Yang Tidak Terdaftar BPOM” Tahun 2018.

Dalam skripsi yang ditulis oleh ARTI Fakultas Syariah dan Hukum UIN Alauddin Makassar tahun 2018 ini menjelaskan tentang kajian menurut sudut pandang hukum Islam terhadap produk kecantikan yang belum memperoleh izin resmi dari BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) . Skripsi ini membahas mengenai perlindungan dan pemenuhan hak konsumen yang wajib menjadi perhatian utama, khususnya terhadap produk kecantikan yang tidak memenuhi standar izin BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) sehingga dapat merugikan masyarakat. Selain itu, skripsi ini juga mengulas peran BPOM (Badan

¹⁸ Tim penyusun, “*Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah, Jember*”: UIN KHAS Jember, 2023, 46

Pengawas Obat dan Makanan) dalam melakukan pengawasan serta penindakan terhadap segala bentuk pelanggaran yang terjadi dalam pendistribusian produk kecantikan yang belum memiliki izin edar.

Adapun persamaan skripsi yang ditulis oleh ARTI Fakultas Syariah dan Hukum UIN Alauddin Makassar tahun 2018 ini dengan penelitian ini yaitu sama-sama meneliti tentang produk kecantikan berupa kosmetik yang belum mendapatkan dari BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan). Sedangkan perbedaannya dalam skripsi yang ditulis oleh ARTI ini berfokus ada tinjauan menurut hukum islam serta perlindungan terhadap konsumennya, sedangkan peneliti lebih berfokus pada praktik jual beli dengan akad *salam* dan *istisna'* yang menggunakan perspektif fiqh muamalah.¹⁹

- b. Skripsi yang disusun oleh Zhafran Mahadika Pratama “Hukum Islam Tentang Jual Beli *Handbody* Tanpa Label BPOM (Studi Kasus Transaksi *Online* Produk Kyantik Skincare)” Tahun 2019.

Skripsi ini ditulis oleh Zhafran Mahadika Pratama, S.H pada tahun 2019 ini membahas tentang praktik penjualan produk *lotion* yang dilakukan belum disertai legalitas resmi dari pihak produsen serta tanpa adanya izin edar dari BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) yang menimbulkan ketidakpastian bagi konsumen terkait mutu produk tersebut. Selain itu, konsumen juga tidak memperoleh informasi yang

¹⁹ Arti, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen Produk Kosmetik Yang Tidak Terdaftar BPOM”, (Skripsi, UIN Alauddin Makassar, 2018).

jelas mengenai masa berlaku produk, sehingga berpotensi menimbulkan risiko terhadap keamanan dan kesehatan pengguna.

Penelitian ini persamaan terkait pembahasan tentang jual beli produk kecantikan yang belum mendapatkan izin dari BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan). Sedangkan perbedaannya terdapat pada pembahasan akad yang digunakan, dimana penelitian ini peneliti menggunakan akad *salam* dan *istisna'* dengan mengacu perspektif fiqh muamalah.²⁰

- c. Skripsi yang disusun oleh Dita Dwi Lestari “Pandangan Hukum Islam Atas Penjualan Kosmetik Dengan Sistem *Share In Jar* Di Toko Kosmetik Cantiqcute Purwokerto” Tahun 2020.

Dalam Proposal Skripsi yang ditulis oleh Dita Dwi Lestari IAIN Purwokerto tahun 2020 ini menjelaskan tentang pengertian dari jual beli, rukun dan syarat jual beli, prinsip, macam-macam, jual beli yang dilarang, garar dalam jual beli dan pengertian, perkembangan, pengelompokan, wujud sampai wadah dan penanda kosmetik. Dalam proposal skripsi ini dijelaskan juga pelaksanaan transaksi jual beli kosmetik menggunakan sistem *share in jar* di toko Cantiqcute Purwokerto..

Dari sudut pandang hukum syara', praktik jual beli produk kecantikan dengan sistem *share in jar* di toko kosmetik Cantiqcute

²⁰ Zhafran Mahadika Pratama “Hukum Islam Tentang Jual Beli Handbody Tanpa Label BPOM (Studi Kasus Transaksi *Online* Produk Kyantik Skincare)”, Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2019).

Purwokerto dapat dikatakan sah karena telah memenuhi rukun dan syarat jual beli yang ditetapkan dalam fikih muamalah. Meskipun wadah yang digunakan berbeda dari kemasan asli produk, hal ini tidak menghalangi keabsahan transaksi selama unsur-unsur utama jual beli terpenuhi. amun demikian, karena produk kosmetik tersebut dikemas ulang ke dalam wadah baru tanpa mencantumkan informasi penting seperti tanggal kedaluwarsa, maka berdasarkan kajian manfaat dan *mudharat* dalam skripsi ini, praktik jual beli tersebut tidak diperbolehkan.

Ketidakhadiran informasi mengenai masa berlaku produk menimbulkan risiko bahwa kosmetik tersebut mungkin telah melewati batas waktu penggunaannya. Kondisi ini dapat menimbulkan dampak negatif bagi kesehatan konsumen. Oleh karena itu, demi menjaga keselamatan dan kepentingan konsumen, sangat penting bahwa setiap produk kosmetik yang diperdagangkan menyertakan informasi lengkap dan transparan mengenai kualitas serta masa pakainya.. Hal ini menjadi kekhawatiran bagi konsumen yang masih awam dalam memilah dan memilih produk yang dibeli.

Adapun persamaan Skripsi yang ditulis oleh Dita Dwi Lestari IAIN Purwokerto tahun 2020 ini dengan penelitian ini yaitu sama-sama membahas mengenai jual beli produk kecantikan. Dan perbedaan penelitian ini yaitu penelitian ini menggunakan sistem *Share in Jare* menurut hukum islam, sedangkan dalam penelitian ini lebih memfokuskan praktek jual beli produk kecantikan *Non* BPOM (Badan

Pengawas Obat dan Makanan) dengan berdasar fiqh muamalah, lokasi dari penelitian ini juga berbeda dengan lokasi yang peneliti lakukan.

- d. Jurnal yang disusun oleh Nahara Eriyanti, UIN Ar-Raniry Banda Aceh pada tahun 2020 “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pembelian Kosmetik Secara *Online* Perspektif *Mabi'* dalam *Aqad Ba'i Salam*”.

Dalam jurnal yang ditulis oleh Nahara Eriyanti, Lisa Fazial UIN Ar-Raniry Banda Aceh pada tahun 2020 ini menjelaskan tentang Permasalahan terkait peredaran produk kecantikan ilegal yang dipasarkan daring, di mana konsumen membeli produk kosmetik yang beredar di media sosial tanpa disertai izin edar resmi dari BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan). Dalam jurnal ini menjelaskan ini menjelaskan tentang adanya ketidaksesuaian antar undang-undang yang berlaku dengan fakta di lapangan. Jurnal ini juga membahas tentang tinjauan hukum dari *aqad ba'i salam* tentang pembelian produk kosmetik secara *online*, dalam analisis penulis terjadi ketiksesuaian dalam pandangan islam baik dari segi syarat maupun rukun dari transaksi jual beli produk kosmetik secara daring tersebut dinyatakan tidak memiliki keabsahan hukum atau dianggap batal.

Adapun persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama membahas mengenai jual beli produk kecantikan tanpa izin BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) melalui media sosial yang menggunakan akad *salam*. Adapun perbedaannya yaitu dalam jurnal yang ditulis oleh Nahara Eriyanti dan Lisa Fazial pada tahun 2020 ini

menggunakan perspektif *mabi'* dalam *akad ba'i salam* sedangkan dalam penelitian ini peneliti meneliti jual beli produk kecantikan melalui media sosial perspektif fiqh muamalah sebagai landasan transaksinya.²¹

- e. Skripsi yang disusun oleh Minani Abadijah “Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Kosmetik Tanpa Label BPOM Di Toko Firliyana Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember” Tahun 2022.

Dalam skripsi yang ditulis oleh Minani Abadijah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember pada tahun 2022 ini menjelaskan tentang yang dimaksud dengan hukum perlindungan konsumen mulai dari pengertian, asas-asas, tujuan, sampai pihak-pihak dalam pelaksanaan perlindungan konsumen. Skripsi ini juga membahas tentang tinjauan hukum islam dalam jual beli kosmetik tanpa adanya izin BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan), selain itu skripsi ini juga membahas tentang faktor yang menyebabkan peredaran kosmetik *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) di toko Firliyana beserta menjelaskan landasannya.

Persamaan dari kedua penelitian ini yakni mempunyai kesamaan pembahasan tentang jual beli produk kecantikan yang tidak mendapatkan izin dari BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan), sedangkan perbedaannya yaitu skripsi yang ditulis oleh Minani Abadijah ini hanya befokus pada sebab dari peredaran kosmetik *Non* BPOM (Badan

²¹ Nahara Eriyanti, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pembelian Kosmetik Secara Online Perspektif *Mabi'* dalam *Aqad Ba'i Salam*”, *Jurnal UIN Ar-Raniry Banda Aceh*, 2020.

Pengawas Obat dan Makanan) ini dengan menggunakan hukum positif yaitu dengan berpedoman pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Sedangkan pada penelitian ini berfokus pada praktik jual beli produk kecantikan yang belum mendapatkan izin dari BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) yang ada di media sosial berdasarkan fiqh muamalah.²²

Tabel 2.1

Perbandingan Penelitian dengan Penelitian Terdahulu

No	Judul/Tahun	Nama Peneliti	Persamaan	Perbedaan
1.	Skripsi Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen Produk Kosmetik Yang Tidak Terdaftar BPOM/2018	Arti	Baik skripsi maupun penelitian ini sama-sama membahas permasalahan terkait produk kecantikan yang belum mengantongi izin edar dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM).	Skripsi ini membahas perlindungan konsumen terkait peredaran produk kosmetik <i>Non</i> BPOM dengan bertinjau pada hukum islam. Sedangkan penelitian memfokus pada praktik jual beli produk kecantikan <i>Non</i> BPOM melalui media sosial dengan berspektif fiqh muamalah.
2.	Skripsi Hukum Islam Tentang Jual Beli	Zhafran Mahadika	Skripsi dan penelitian ini sama-sama	Kajian dalam skripsi ini difokuskan pada

²² Minani Abadiyah “Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Kosmetik Tanpa Label Bpom Di Toko Firliyana Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember”, Skripsi, UIN KHAS Jember, 2022.

	Handbody Tanpa Label BPOM (Studi Kasus Transaksi <i>Online</i> Produk Kyantik Skincare)/2019	Pratama	mengkaji praktik jual beli produk yang belum memperoleh izin resmi dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dalam jual beli melalui media sosial.	analisis hukum Islam terhadap transaksi jual beli lotion tanpa sertifikasi atau label resmi dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). sedangkan peneliti meneliti tentang jual beli produk kecantikan yang belum mendapatkan izin dari Badan POM di media sosial menurut fiqh muamalah.
3	Skripsi Pandangan Hukum Islam Atas Penjualan Kosmetik Dengan Sistem <i>Share In Jar</i> Di Toko Kosmetik Cantique Di Purwokerto/2020	Dita Dwi Lestari	Pembahasan dalam skripsi dan penelitian ini difokuskan pada kegiatan jual beli produk-produk kecantikan atau kosmetik..	Skripsi ini menggunakan sistem <i>Share in Jar</i> dan pandangan hukum islam sedangkan peneliti menggunakan perspektif fiqh muamalah.
4.	Jurnal Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pembelian Kosmetik Secara <i>Online</i> Perspektif <i>Mabi'</i> dalam <i>Aqad Ba'i Salam</i> /2020	Nahara Eriyanti	Skripsi dan penelitian ini sama-sama membahas tentang perlindungan konsumen dalam pembelian produk kecantikan secara <i>online</i> .	Jurnal ini menggunakan perspektif <i>mabi'</i> dalam <i>akad ba'i salam</i> sedangkan dalam penelitian ini memfokuskan pada jual beli produk kecantikan di media sosial menurut fiqh

				muamalah.
5	Skripsi Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Kosmetik Tanpa Label Bpom Di Toko Firliyana Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember/2022	Minani Abadiyah	Skripsi dan penelitian ini sama-sama mengkaji aktivitas jual beli. kosmetik/produk kecantikan <i>Non</i> BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan).	Skripsi ini berfokus pada perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen serta sebab peredaran kosmetik BPOM, lokasi penelitian ini berlokasi di toko Firliyana Wuluhan. Sedangkan dalam penelitian ini peneliti berfokus pada transaksi jual beli produk kecantikan yang belum mendapatkan izin edar dari Badan POM melalui media sosial dengan menggunakan perspektif fiqh muamalah.

B. Kajian Teori

Kajian teori adalah bagian penting dalam sebuah penelitian karena kajian teori merupakan bagian yang menjadi dasar atau landasan dalam sebuah penelitian. Kajian teori adalah sebagai berikut :

1. Teori Tentang Jual Beli Melalui Media Sosial

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 pembeli.²³ 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...²⁴

Secara etimologis, jual beli (*al-bai'*) berarti pemindahan kepemilikan suatu barang melalui Akad yang didasarkan pada prinsip saling memberi dan menerima.²⁵ 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.

b. Jual Beli Melalui Media Sosial

Transaksi jual beli melalui media sosial (*online*) merupakan salah satu bentuk pemanfaatan teknologi internet sebagai media komunikasi dan pertukaran informasi dalam jaringan komputer yang saling terhubung. Dalam sistem jaringan tersebut, terdapat integrasi berbagai terminal komputer yang beroperasi secara terpadu dalam satu

²³ Salim H.S, Hukum Kontrak Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak, (Jakarta: Sinar Grafika, 2023), 49.

²⁴ Suhrawardi K. Lubis dan farid Wajdi, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta timur: Sinar Grafika, 2012), 139.

²⁵ Abdul aziz Muhammad Azam, *Fiqih Muamalat Sistem Transaksi dalam Islam*, (Jakarta: AMZAH, 2010).23.

sistem komunikasi elektronik. Jual beli melalui media sosial sendiri dapat diartikan sebagai seperangkat teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang bersifat dinamis, yang menghubungkan pelaku usaha, konsumen, serta komunitas tertentu melalui transaksi elektronik. Transaksi yang dimaksud berupa jual beli barang, jasa, maupun pertukaran informasi yang dilakukan melalui media elektronik secara efisien dan terstruktur.²⁶

Jual beli melalui media sosial (*online*) ini memiliki sejumlah nilai positif, salah satunya adalah memberikan kemudahan dalam proses transaksi, di mana penjual dan pembeli tidak perlu melakukan pertemuan secara langsung. Umumnya penjualan atau promosi melalui media sosial akan menawarkan produk dengan mencantumkan spesifikasi barang, harga, serta gambar pendukung sebagai bahan pertimbangan bagi calon pembeli. Setelah memilih produk yang diinginkan, pembeli akan melakukan pemesanan, dan barang akan dikirimkan setelah proses pembayaran.²⁷

Jual beli melalui media sosial merupakan bentuk transaksi yang dilakukan secara elektronik, di mana proses jual beli tidak mengharuskan adanya pertemuan secara langsung antara penjual dan pembeli. Dalam transaksi ini, pihak pembeli cukup mengetahui ciri-ciri dan jenis barang melalui informasi yang disediakan secara digital,

²⁶ Onno w Purbo dan Anang Arief Wahyudi. *Mengenal e-Commerce*, (Jakarta: Alex Media Computendo, 2000). 13

²⁷ Azhar Muttaqin, *Transaksi E-Commerce Dalam Tinjauan Hukum Islam*, (Malang, Ip. Universitas Muhamadiyah, 2009), 2.

sedangkan pembayaran biasanya dilakukan terlebih dahulu sebelum barang dikirimkan kepada pembeli. Adapun karakteristik dari jual beli melalui media sosial antara lain sebagai berikut:²⁸

1. Terjadinya transaksi antara dua belah pihak.
2. Adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi.
3. Internet merupakan media utama dalam proses atau mekanisme akad tersebut.

Berdasarkan karakteristik tersebut, perbedaan mendasar antara jual beli melalui media sosial (*online*) dan jual beli konvensional (*offline*) terletak pada proses transaksional dan akadnya serta media yang digunakan dalam pelaksanaannya. Akad merupakan *elemen fundamental* dalam suatu kegiatan transaksi jual beli, khususnya dalam perspektif ekonomi Islam. Dalam Islam menekankan pentingnya adanya akad yang sah, baik dilakukan melalui transaksi fisik dimana objek transaksi dihadirkan secara langsung maupun tanpa kehadiran fisik objek tersebut, dengan syarat sifat dan karakteristik barang dijelaskan secara jelas dan konkret. Penyerahan barang dalam transaksi semacam ini dapat dilakukan secara langsung maupun ditangguhkan dalam jangka waktu tertentu, sebagaimana diterapkan dalam akad *as-salam* dan *al-istishna'*.

²⁸ Muhammad Ibnu Faruk Fauzi, “jual beli *online* bentuk muamalah di masa modern ditinjau dalam hukum islam”, *Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam*, Vol.3 No.1, 2023, 23-24.

1. Akad *as-salam* merupakan bentuk transaksi di mana pembayaran dilakukan di muka secara tunai, sedangkan penyerahan barang dilakukan pada waktu yang telah disepakati di masa mendatang.
2. Akad *al-istishna'* merupakan transaksi jual beli dengan sistem pembayaran yang dapat dilakukan di awal atau secara bertahap sesuai kesepakatan, dengan penyerahan barang yang juga ditangguhkan hingga proses produksi selesai.²⁹

Dalam praktik akad jual beli, terdapat dua bentuk ijab-qabul yang umum dikenal, yaitu:

1. *Ijab-qabul* berdasarkan perjanjian awal, di mana pembayaran dilakukan secara tunai sebelum barang dikirimkan.
2. akad *al-istishna'*, yaitu suatu bentuk transaksi yang pembayarannya dilakukan setelah barang selesai diproduksi dan siap untuk dikirim.

Sebagaimana pada jual beli konvensional, dalam ekonomi syariah jual beli melalui media sosial juga diklasifikasikan ke dalam dua kategori, yaitu yang halal dan haram, atau legal dan ilegal. Bentuk-bentuk jual beli yang diharamkan antara lain mencakup praktik perjudian daring, perdagangan barang-barang terlarang seperti

²⁹ Muhammad Ibnu Faruk Fauzi, "jual beli *online* bentuk muamalah di masa modern ditinjau dalam hukum islam", *Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam*, Vol.3 No.1,2023,24.

narkotika, produk yang melanggar hak cipta, senjata, serta barang-barang lain yang tidak memiliki manfaat yang sah menurut syariah.³⁰

Secara prinsip, jual beli melalui media sosial merupakan bentuk muamalah, yaitu hubungan sosial ekonomi yang diatur dalam hukum Islam. Dalam kaidah fiqih, muamalah bersifat *ibahah* (diperbolehkan) selama tidak terdapat unsur yang diharamkan seperti riba, *gharar* (ketidakjelasan), penipuan, dan objek transaksi yang dilarang.

Transaksi jual beli melalui media sosial yang didasarkan pada deskripsi atau informasi produk yang disampaikan oleh penjual dianggap sah menurut hukum Islam, selama deskripsi tersebut jelas dan sesuai dengan kondisi barang yang sesungguhnya. Apabila terdapat ketidaksesuaian antara deskripsi dan barang yang diterima, maka pembeli memiliki hak *khiyar*, yaitu hak untuk memilih antara melanjutkan transaksi atau membatalkannya.³¹

c. Dasar Hukum Jual Beli melalui media sosial

Dalam muamalah jual beli berperan menjadi sarana untuk mewujudkan prinsip tolong-menolong antar sesama manusia dalam kehidupan bermasyarakat. Jual beli pada dasarnya diperbolehkan (*mubah*), kecuali jenis jual beli yang dilarang oleh syariat Islam. Hal

³⁰ Muhammad Ibnu Faruk Fauzi, “jual beli *online* bentuk muamalah di masa modern ditinjau dalam hukum islam”, *Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam*, Vol.3 No.1,2023,25.

³¹ Muhammad Ibnu Faruk Fauzi, “jual beli *online* bentuk muamalah di masa modern ditinjau dalam hukum islam”, *Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam*, Vol.3 No.1,2023,25.

ini juga berlaku pada jual beli melalui media sosial (*online*) Adapun landasan hukum sebagaimana tercantum dalam Al-Qur'an, Sunnah, dan ijma' adalah sebagai berikut :³²

1. Al-Qur'an

Surat Al-Baqarah ayat (275) Allah berfirman:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: “Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”.³³

Hukum jual beli melalui media sosial sah didasarkan pada al-Qur'an yaitu QS. an-Nisa', 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”³⁴.

Dalam ajaran Islam, jual beli melalui media sosial diperbolehkan selama tidak mengandung riba, kedzaliman, praktik monopoli, atau penipuan. Al-Qur'an menjelaskan larangan serta

³² Subairi, *Fiqh Muamalah* (Pamekasan:Duta Media, 2017), 63.

³³ Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-qur'an dan Terjemahannya, (Jakarta, 2023),47.

³⁴ Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-qur'an dan Terjemahannya, (Jakarta, 2023),107

bahaya riba, salah satunya tercantum dalam Surah Al-Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

Artinya : “Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya”.³⁵

Turunnya ayat ini menutup kemungkinan bagi siapa pun untuk menggunakan *mafhum mukhâlafah* sebagai dasar dalam memberikan toleransi terhadap praktik riba meskipun dalam jumlah kecil. Karena riba dianggap sebagai tindakan yang melanggar hukum, maka siapa saja yang tetap melakukannya akan menghadapi perlawanan dari Allah dan Rasul-Nya.³⁶

³⁵ Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-qur'an dan Terjemahannya, (Jakarta, 2023), 47.

³⁶ Moh Syifaul Hisan, “Riba dan Bunga dalam Kontrak Syariah” Jurnal Studi Al-Qur'an dan Hukum, Vol 5 No. 2, 2019, 259.

2. As-Sunnah

Dalam hadist Rasulullah Saw juga disebutkan tentang diperbolehkannya jual beli, sebagaimana hadist yang diriwayatkan al-Tirmidzi, Rasulullah saw bersabda :

عن أبي سعيد عن النبي صلى الله عليه وسلم قال ألتاجر الصدوق الأمين مع النبيين والصديقين والشهداء

Artinya: “Rasulullah SAW bersabda, bahwa seorang pedagang yang jujur dan terpercaya kelak akan berada di sisi para nabi, orang-orang yang sangat benar (shiddiqin), dan para syuhada.”(HR. At-Tirmidzi, Abu Isa menyatakan bahwa hadis ini shahih)³⁷.

Berdasarkan hadits tersebut, jual beli dianggap sebagai kegiatan yang sangat mulia dan dianjurkan dalam Islam, dengan catatan bahwa proses transaksi harus dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip penting. Prinsip tersebut meliputi kejujuran dalam menyampaikan informasi dan kondisi barang, menjaga amanah atau kepercayaan yang diberikan oleh masing-masing pihak, serta adanya persetujuan dan kerelaan secara penuh dari penjual dan pembeli.

Pemenuhan prinsip-prinsip ini menjamin bahwa jual beli berlangsung secara adil dan transparan, sehingga menghasilkan keberkahan serta keridhaan dari Allah SWT. Maka dari hal tersebut jual beli yang memenuhi kriteria tersebut tidak hanya menjadi kegiatan ekonomi semata, melainkan juga bagian dari

³⁷ Subairi, *Fiqh Muamalah*, 65.

ibadah yang membawa manfaat bagi individu dan masyarakat luas.

Rasulullah memberikan isyarat bahwa jual beli diperbolehkan selama dilakukan berdasarkan sukarela dari kedua pihak. Aktivitas jual beli, termasuk yang dilakukan secara *online*, dipandang memberikan dampak positif karena dinilai lebih praktis, efisien, dan mudah dilakukan.³⁸

Beberapa syarat yang harus dipenuhi agar jual beli melalui media sosial diperbolehkan antara lain sebagai berikut:

1. Tidak bertentangan dengan ketentuan syariat agama, seperti transaksi yang terlarang, adanya kecurangan, penipuan, atau praktik monopoli.
2. Terdapat kesepakatan yang jelas antara penjual dan pembeli, yang mengatur langkah-langkah yang diambil apabila terjadi hal yang tidak diinginkan, seperti kesepakatan (*alimdhha'*) atau pembatalan transaksi (*fasakh*).
3. Adanya pengawasan, sanksi, dan peraturan hukum yang tegas serta jelas dari pihak berwenang (lembaga yang berkompeten), guna memastikan bahwa transaksi bisnis *online* yang dilakukan oleh masyarakat sesuai dengan ketentuan yang sah dan aman.

³⁸ Tira Nur Fitria, "Bisnis Jual Beli *Online* (*Online Shop*) dalam Hukum Islam dan Hukum Negara". Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol. 3 No.01, 2017, 55-59.

Adapun langkah-langkah agar jual beli secara *online* dianggap sah, halal, dan sesuai dengan syariat islam antara lain::³⁹

1. Produk Halal

Kewajiban mematuhi ketentuan halal dan haram dalam objek jual beli tetap berlaku, termasuk dalam transaksi yang dilakukan secara daring. Islam secara tegas melarang aktivitas perdagangan yang melibatkan barang atau jasa yang diharamkan, sebagaimana dijelaskan dalam hadits, rasullah SAW bersabda:

وَأَنَّ اللَّهَ إِذَا حَرَّمَ عَلَى قَوْمٍ أَكَلَ شَيْءٍ حَرَّمَ عَلَيْهِمْ ثَمَّهُ

Artinya: “Sesungguhnya bila Allah telah mengharamkan atas suatu kaum untuk memakan sesuatu, pasti Ia mengharamkan pula hasil penjualannya.”(HR Abu Daud dan Ahmad)

2. Kejelasan Status.

Dalam setiap aktivitas perdagangan, kejelasan status atau transparansi merupakan hal yang penting dan sangat diperhatikan. Kejelasan status ini mencakup pemahaman tentang apakah seseorang bertindak sebagai pemilik barang yang dijual, sebagai perwakilan yang sah dari pemilik barang, atau sekadar sebagai pihak yang menawarkan jasa pengadaan barang. Mengetahui status ini akan membantu menentukan

³⁹ Tira Nur Fitria, "Bisnis Jual Beli *Online* (*Online Shop*) dalam Hukum Islam dan Hukum Negara". 60-61.

apakah perniagaan tersebut sesuai dengan prinsip-prinsip syariat islam, seperti kejelasan objek, keabsahan akad, dan tidak adanya unsur penipuan atau transaksi yang haram..

3. Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Barang.

Dalam transaksi jual beli melalui media sosial, seringkali ditemukan situasi di mana pembeli merasa kecewa setelah menerima produk yang dibeli, seperti kualitas kain yang tidak sesuai harapan atau ukuran pakaian yang ternyata tidak pas dengan tubuh mereka. Sebelum transaksi dilakukan, sebaiknya dipertimbangkan dengan cermat apakah harga yang ditawarkan sebanding dengan kualitas barang, atau pembeli dapat meminta foto asli dari kondisi barang yang akan dijual maupun dibeli.

4. Kejujuran

Jual beli melalui media sosial, meskipun menawarkan berbagai keunggulan dan kemudahan, jual beli melalui media sosial tidak lepas dari masalah. Berbagai kendala dapat muncul, terutama yang berkaitan dengan tingkat kepercayaan dan amanah antara kedua pihak yang terlibat.

Dalam hal ini sebagai bentuk transaksi yang sah dan mengharamkan praktik riba yang merugikan. Mereka yang membolehkan riba sesungguhnya menolak hukum-hukum yang telah Allah tetapkan dengan penuh hikmah dan kebijaksanaan.

Pelanggaran terhadap perintah Ilahi ini mengakibatkan konsekuensi yang sangat serius, yakni hukuman neraka yang kekal bagi pelakunya. Dengan demikian, ayat ini menegaskan pentingnya mematuhi ketentuan syariat dalam berdagang dan menjauhi segala bentuk praktek yang dilarang demi menjaga keadilan dan keseimbangan dalam muamalah.⁴⁰

d. Rukun Jual Beli

Rukun-rukun yang harus dipenuhi dalam jual beli meliputi:⁴¹

a. Akad (ijab kabul)

Jual beli tidak resmi sah tanpa adanya ijab dan kabul, karena proses tersebut mencerminkan persetujuan bebas dari para pihak yang terlibat.. Secara umum, ijab dan kabul dilakukan secara lisan, namun dalam kondisi tertentu seperti ketika salah satu pihak tidak dapat berbicara (bisu) atau terdapat hambatan lainnya, ijab dan kabul dapat disampaikan melalui media tertulis yang secara substansi mengandung makna persetujuan antara para pihak yang ber akad.

b. Orang-orang yang berakad

Penjual maupun pembeli harus memiliki kemampuan berpikir yang sehat (mumayyiz), serta memiliki kecakapan hukum (ahliyah) dan wewenang (wilayah) dalam melakukan transaksi.

⁴⁰ Arrifa i, Muhammad Nasih, *Kemudahan Dari Allah: Ringkaran Tafsir Ibnu Katsir Jilid 1*. (Jakarta Gema Insani, 1999), 387

⁴¹ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, 70.

Adapun syarat sah bagi penjual dan pembeli adalah memiliki akal yang baik serta islam.⁴²

c. *Ma'qud 'alaih* (objek akad)

Objek dalam suatu akad harus merupakan barang yang diakui keabsahannya menurut ketentuan syariat. Hal-hal yang menjadi syarat harus dipenuhi oleh objek akad yaitu:⁴³

- a. Barang yang menjadi objek jual beli harus benar-benar tersedia dan nyata.
- b. Barang yang diperjualbelikan dapat dimiliki sepenuhnya oleh penjual serta dapat dimanfaatkan sesuai hak kepemilikannya.
- c. Barang yang dijual harus sudah dimiliki secara sah oleh penjual sebelum transaksi dilakukan.
- d. Serah terima barang harus dilakukan secara langsung pada saat transaksi jual beli berlangsung.
- e. Harus terdapat imbalan atau kompensasi yang sepadan sebagai pengganti atas barang yang diperjualbelikan.

Dalam hal ini nilai tukar terdapat beberapa ketentuan yang memenuhi, di antaranya adalah :

- a. Jumlah harga harus ditentukan secara jelas dan dengan persetujuan bersama antara kedua belah pihak.

⁴² Hariman dan Koko, *Fikih Muamalah: Teori dan Implementasi*, 126-127.

⁴³ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Amzah, 2019), 189-190.

- b. Penyerahan nilai tukar diperbolehkan bersamaan dengan akad berlangsung.
- c. Jika transaksi dilakukan dalam bentuk tukar menukar barang (barter), maka barang yang dijadikan sebagai nilai tukar tidak boleh berupa barang yang diharamkan oleh syariat.

Sah tidaknya jual beli tergantung dari terpenuhinya ketentuan persyaratan dan rukun tersebut, berdasarkan madzhab Hanafiyah dibagi menjadi dua, yakni:

1. Shahih adalah jual beli sah menurut syariat karena memenuhi ketentuan pokok dan sifat-sifat yang ditetapkan dalam hukum Islam.
2. Ghairu Shahih, yaitu jual beli yang tidak diperkenankan seluruhnya oleh syara' disebut jual beli batil, dan jual beli yang memenuhi rukun dari syara' namun tidak sesuai dengan hakikatnya disebut jual beli fasid.⁴⁴

Sedangkan menurut madzhab Syafiiyah dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Shahih adalah sebuah transaksi jual beli yang sesuai dengan ketentuan dan syaratnya;

⁴⁴ Nasrun Haroen, "*Fiqh Muamalah*", (Jakarta: Gaya Media Pratama. 2007), 201.

2. Bathil adalah syarat dan rukun jual beli tidak dilaksanakan pada saat jual beli, sehingga tidak sesuai syara.

e. Macam-macam Jual Beli

Jual beli dapat dianalisis dari berbagai aspek, salah satunya adalah dari perspektif hukum, yang membedakan antara jual beli sah secara aspek hukum dan ketidakabsahan menurut hukum. Selain itu, transaksi jual beli juga dapat dipertimbangkan dari aspek berdasarkan objek yang diperdagangkan serta para pihak yang berperan dalam transaksi tersebut.⁴⁵

Menurut Imam Taqiyuddin, objek jual beli diklasifikasikan diklasifikasikan ke dalam tiga kelompok, yaitu:⁴⁶

- a. Jual beli barang tampak fisik.
- b. Jual beli disertai dengan penjelasan mengenai sifat-sifat barang dalam perjanjian.
- c. Jual beli barang yang belum *ready* (belum tersedia secara nyata).

Ditinjau dari aspek subjek akad dapat dibagi ke dalam tiga kategori, yaitu : ⁴⁷

1. Melalui ucapan secara langsung (verbal).
2. Melalui perantara atau wakil yang mewakili salah satu pihak dalam transaksi.

⁴⁵ Hendi Suhendi, *Fiqih Muamalah*, 75.

⁴⁶ Hendi Suhendi, *Fiqih Muamalah*, 75.

⁴⁷ Hendi Suhendi, *Fiqih Muamalah*, 75.

3. Melalui tindakan atau perbuatan yang menunjukkan terjadinya transaksi (*non-verbal*).

f. Prinsip-Prinsip Jual Beli

Dalam pelaksanaan jual beli, terdapat sejumlah prinsip dasar yang harus diterapkan, di antaranya sebagai berikut::⁴⁸

1. Prinsip Tauhid

Prinsip tauhid merupakan fondasi awal dalam seluruh struktur hukum Islam. Artinya, setiap aktivitas dan ketentuan hukum yang dijalankan dituntut untuk mencerminkan ajaran moral dan spiritual yang bersumber dari Tuhan. Dalam hal ini pelaku diharuskan meyakini bahwa setiap tindakannya berada dalam pengawasan Allah SWT, serta dilandasi dengan kesadaran akan tanggung jawab spiritual.

2. Prinsip *Maslahah*

Maslahah merujuk pada sesuatu didukung oleh dalil

hukum tertentu yang dapat menguatkan atau menolak suatu tindakan sosial dalam upaya tujuan syariah, yaitu menjaga agama, nyawa, akal, harta, dan keturunan. Prinsip ini menjadi aspek yang sangat penting dan fundamental dalam pelaksanaan muamalah.

3. Prinsip *Ibahah*

Ibahah pada dasarnya berarti bahwa segala sesuatu diperbolehkan selagi tidak ada dalil yang melarangnya. Dengan

⁴⁸ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2013), 7-11.

kata lain, kemudahan diberikan untuk melaksanakan akad terhadap berbagai objek selama objek tersebut sesuai dengan ketentuan hukum berlaku.

4. Prinsip Kebebasan Bertransaksi

Prinsip kebebasan dalam bertransaksi mengharuskan selalu berlandaskan pada kesepakatan bersama dan saling ridha tanpa adanya pihak yang merasa dirugikan, serta harus didasarkan pada akad yang sah. Selain itu, transaksi tidak diperbolehkan dilakukan terhadap barang-barang yang diharamkan oleh syariat.

g. Asas-Asas Jual Beli

Dalam fiqh muamalah mempunyai beberapa asas yang menjadi dasar dalam pelaksanaan jual beli, antara lain:

a. Asas Ilahiah⁴⁹

Setiap tindakan dan perilaku manusia senantiasa berada dalam pengawasan dan ketentuan Allah SWT, sebagaimana

dijelaskan dalam QS. Al-Hadid (57) ayat 4 bahwa:

هُوَ الَّذِي خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ فِي سِتَّةِ أَيَّامٍ ثُمَّ اسْتَوَىٰ عَلَى الْعَرْشِ
 يَعْلَمُ مَا يَلْجُ فِي الْأَرْضِ وَمَا يَخْرُجُ مِنْهَا وَمَا يَنْزِلُ مِنَ السَّمَاءِ وَمَا يَعْرُجُ فِيهَا
 وَهُوَ مَعَكُمْ أَيْنَ مَا كُنْتُمْ ۚ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ ﴿٤﴾

Artinya : “Dialah yang menciptakan langit dan bumi dalam enam masa; kemudian Dia bersemayam di atas 'Arsy. Dia mengetahui apa yang masuk ke dalam bumi dan apa

⁴⁹ Neni Sri Imaniyati, "Asas dan Jenis Akad dalam Hukum Ekonomi Syariah: Implementasinya pada Usaha Bank Syariah", *Jurnal Mimbar*, Vol. XXVII, No. 2, 201, 153.

yang keluar dari dalamnya, apa yang turun dari langit dan apa yang naik ke sana. Dan Dia bersama kamu di mana saja kamu berada. Dan Allah Maha Melihat apa yang kamu kerjakan”.⁵⁰

b. Asas Konsensualisme

Asas ini didasarkan kaidah fiqh muamalah yang menyatakan bahwa pada dasarnya suatu perjanjian (akad) merupakan hasil sepakat antara para pihak dalam transaksi, dan konsekuensi hukumnya sesuai apa yang telah mereka sepakati dalam janji tersebut.

c. Asas Persamaan Hukum

Asas ini menempatkan semua pihak yang terlibat transaksi pada kedudukan yang setara tanpa membedakan berdasarkan warna kulit, suku bangsa, kekayaan, kekuasaan, jabatan, maupun faktor lainnya. Prinsip ini berakar pada kesetaraan hak dan kedudukan antara para pelaku transaksi. Dalam fiqh muamalah, apabila salah satu pihak mengalami keterbatasan atau kelemahan, maka pihak tersebut diperbolehkan diwakili oleh orang yang memiliki keahlian atau pemahaman dalam hal tersebut, misalkan notaris dan akuntan.

d. Asas Keadilan

Dalam fiqh muamalah keadilan merupakan perintah Allah yang tertera dalam Al Qur'an Surat Al-Maidah Ayat (8), yaitu:

⁵⁰ Kementerian Agama Republik Indonesia, AL-Qur'an dan Terjemahannya, (Jakarta, 2023), 574.

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۚ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ ءَلَّا تَعْدِلُوا ۚ اَعْدِلُوا هُوَ اَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ اِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌۢ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿٥١﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, jadilah kalian pribadi yang senantiasa menegakkan kebenaran karena Allah dan menjadi saksi dengan penuh keadilan. Jangan biarkan kebencian kalian terhadap suatu kaum membuat kalian bertindak tidak adil. Berlaku adillah, karena keadilan itu lebih dekat kepada ketakwaan. Bertakwalah kepada Allah, karena sesungguhnya Allah Maha Mengetahui segala apa yang kalian perbuat”.⁵¹

Keadilan merupakan tujuan utama yang ingin dicapai oleh seluruh sistem hukum. Asas ini menegaskan bentuk transaksi yang mengandung unsur penindasan atau ketidakadilan tidak dapat diterima. Contohnya, menjual barang dengan harga yang jauh di bawah nilai pasar karena penjual sangat membutuhkan uang untuk memenuhi kebutuhan pokoknya. Begitu pula sebaliknya, barang yang dijual jauh lebih tinggi dari harga seharusnya dengan alasan barang sangat dibutuhkan sebagai pemenuhan primer. Transaksi semacam ini bertentangan dengan prinsip keadilan.

⁵¹ Kementerian Agama Republik Indonesia, AL-Qur'an dan Terjemahannya, (Jakarta, 2023),62.

e. Asas Kemaslahatan (Tidak Memberatkan)

Asas ini mengandung makna akad yang disepakati setiap pihak bertujuan mencapai kebaikan bersama, serta tidak adanya alasan yang memberatkan salah satu pihak. (*masyaqqah*).⁵²

Terdapat kondisi yang sebelumnya tidak diperkirakan dan menimbulkan kerugian signifikan serta memberatkan bagi pihak terkait, maka kewajiban tersebut dapat disesuaikan sesuai dengan batas wajar dan dapat diterima.

f. Asas Kebebasan Berakad (*Mabda Hurriyah at Ta'aqud*)

Fiqh muamalah berprinsip kebebasan ber akad, yang menyatakan setiap individu memiliki kebebasan untuk membuat akad dalam bentuk apa pun tanpa harus terikat pada jenis-jenis akad yang telah ditetapkan dalam hukum Syariah. Selain itu, para pihak diperbolehkan mencantumkan berbagai klausul dalam akad sesuai dengan kepentingan mereka, selama tidak menyebabkan kerugian atau pengambilan harta secara tidak sah dari sesama.

g. Asas Keseimbangan (*Mabda' at Tawazun fi al-Mu awdhah*)

Walaupun secara nyata keseimbangan antara para pihak dalam suatu transaksi jarang terjadi, hukum perjanjian islam tetap menekankan prinsip keseimbangan dalam pembagian risiko. Prinsip keseimbangan, yaitu kesesuaian antara barang atau nilai yang diserahkan dengan yang diterima, terlihat dari pembatalan

⁵² Neni Sri Imaniyati, *Asas Dan Jenis Akad*, 153.

akad menunjukkan tidak adanya keseimbangan prestasi secara signifikan. Selain itu, prinsip keseimbangan dalam hal prestasi sangat penting. Selain itu, prinsip ini dalam pembagian risiko terlihat jelas dalam larangan praktik riba, yang menanggung seluruh risiko kerugian usaha hanya debitur, sedangkan kreditor tidak menanggung risiko dan tetap berhak menerima persentase meskipun dana yang diberikan mengalami kerugian.⁵³

h. Asas Amanah

Asas amanah menuntut agar setiap pihak dalam transaksi berperilaku dengan itikad baik, serta melarang adanya tindakan eksploitasi terhadap ketidaktahuan pihak lain. Maka dari itu, tiap pihak harus tetap menjaga hubungan yang dilandasi kepercayaan dan saling terbuka atau transparansi atas semua hal yang berkaitan dengan transaksi tersebut.

2. Teori Tentang Produk Kecantikan

a. Pengertian Produk Kecantikan

Produk kecantikan merupakan bahan percampuran yang digunakan pada bagian luar tubuh seperti kulit, kuku, rambut, bibir, gigi, dan area lainnya yang bertujuan untuk mempercantik menjaga atau melindungi, memperbaiki supaya lebih menarik dan terawat.⁵⁴

⁵³ Muhammad Ardi, "Asas-Asas Perjanjian (Akad), Hukum Kontrak Syariah dalam Penerapan *Salam* dan *Istisna*", *Jurnal Hukum Dikrum*, Volume 14, Nomor 2, Desember 2016, 268-269.

⁵⁴ Alison Haynes, *Dibalik Wajah Cantik: Fakta Tentang Manfaat Dan Resiko Kosmetik*, (Jakarta: Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, 1997). 184.

Menurut Majelis Ulama Indonesia, produk kecantikan (kosmetik) merupakan zat atau kombinasi beberapa zat yang dipakai untuk membersihkan, merawat, memperbaiki, atau mengubah penampilan, yang penggunaannya dapat dilakukan dengan cara dioleskan, ditempelkan, dipercikkan, atau disemprotkan.⁵⁵

Sebagaimana tercantum dalam Pasal 1 ayat (1) Keputusan Kepala BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) mengenai Kosmetik, dinyatakan bahwa:⁵⁶

“Kosmetik merupakan zat atau sediaan yang dirancang untuk diaplikasikan pada bagian luar tubuh manusia—seperti kulit (epidermis), rambut, kuku, bibir, serta organ kelamin bagian luar—atau pada gigi dan mukosa mulut, dengan tujuan utama untuk membersihkan, memberikan aroma harum, mengubah tampilan, mengatasi bau badan, serta melindungi dan menjaga kondisi tubuh agar tetap sehat”.

b. Kegunaan Produk Kecantikan

Berikut beberapa kegunaan produk kecantikan, yaitu:

1. Produk kecantikan merawat kulit (*skin care cosmetics*)

Produk ini digunakan untuk menjaga kebersihan serta kesehatan kulit. Di antaranya termasuk, seperti *sunscreen cream* dan *sunscreen foundation*, *toner*, *serum*, *retinol*, *sun block cream/lotion*.

⁵⁵ Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 26 Tahun 2013.

⁵⁶ Badan Pengawas Obat Dan Makanan Republik Indonesia, Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat Dan Makanan Republik Indonesia Nomor HK.00.05.4.1745 Tentang Kosmetik, Pasal 1 ayat (1).

2. Produk kecantikan untuk membersihkan kulit (*cleanser*)

Produk kecantikan yang berfungsi sebagai pembersih seperti, sabun, *cleansing cream, cleansing oil, micelar water*.

3. Produk kecantikan untuk melembabkan kulit (*moisturizer*)

Produk kecantikan yang berperan dalam menjaga kelembapan kulit khususnya wajah agar tidak kering seperti, *moisturizer cream, serum, toner, day cream, night cream, anti wrinkle cream*.

4. Produk kecantikan untuk mengangkat atau meratakan kulit (*peeling*)

Produk kecantikan yang digunakan untuk meratakan tekstur kulit dan mengangkat sel-sel kulit mati pada wajah dan kulit seperti, cairan *peeling*.

5. Kosmetik riasan (dekoratif atau *make up*)

Riasan ini digunakan untuk mempercantik, menutupi

ketidaksempurnaan pada kulit agar tampilan menjadi lebih menarik dan memberikan dampak psikologis positif, seperti meningkatkan rasa percaya diri. Kosmetik *dekoratif* ini dibagi menjadi dua kategori, yaitu:

- a. Produk kecantikan *dekoratif* memberikan efek sementara di permukaan kulit serta digunakan untuk waktu singkat, misalnya *foundation, cushion, lipstik, bedak, pemerah pipi*,

eyeshadow, mascara, browcara, eyeliner, highliter, dan lain-lain.

- b. Produk kecantikan *dekoratif* yang memberikan efek tahan lama dan biasanya baru memudar setelah waktu yang cukup lama, seperti produk untuk memutihkan kulit, pewarna rambut, pengeriting, dan sejenisnya..

Adapun bentuk produk kecantikan yaitu sebagai berikut:⁵⁷

- a. Bentuk produk berupa cairan, seperti pewangi tubuh (*body mist*) dan minyak rambut.
 - b. Bentuk produk berupa cairan kental, contohnya sabun mandi..
 - c. Bentuk produk berupa krim, seperti lulur dan krim pijat.
 - d. Sediaan semi padat, seperti pomade, memiliki tekstur di antara cair dan padat..
 - e. Bentuk padat seperti sabun mandi.
 - f. Bentuk serbuk meliputi produk seperti serbuk mandi (*bath powder*) dan *deodorant-antiperspirant*.
- c. Pengertian Produk *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan)

Arti *Non* dalam bahasa inggris ialah tidak, sedangkan BPOM (Badan Pengawas Obat Dan Makanan). *Non* BPOM berarti produk

⁵⁷ Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Tahun 2011 tentang bentuk dan jenis sediaan kosmetika.

belum atau tidak memiliki izin edar dari BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan). Ini bisa merujuk pada berbagai jenis produk, seperti kosmetik, makanan, atau obat-obatan. Produk *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) bisa berbahaya karena belum melalui uji keamanan dan kualitas oleh BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan), sehingga potensi mengandung bahan berbahaya atau tidak sesuai dengan standar keamanan yang ditetapkan.⁵⁸

Larangan pengedaran produk kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) terdapat pada Peraturan Kepala Badan POM Republik Indonesia Tahun 2011 Tentang Pengawasan Pemasukan Kosmetika menyebutkan bahwa :⁵⁹

“Pemasukan kosmetika harus sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan memperoleh persetujuan dari Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Kosmetika yang beredar di Indonesia wajib memiliki izin edar dalam bentuk notifikasi. Jika pelaku usaha tidak memiliki izin edar yang dikeluarkan oleh BPOM, maka hal tersebut merupakan pelanggaran terhadap ketentuan hukum dan dapat dikenai sanksi administratif. Pasal 9 ayat (2) menjelaskan bahwa sanksi administratif tersebut meliputi: 1. Peringatan tertulis; 2. Larangan untuk mengedarkan kosmetika; 3. Penarikan kosmetika dari peredaran; 4. Pemusnahan kosmetika; dan 5. Penghentian sementara produk, pemasukan, serta peredaran kosmetika”.

Produk *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan)

tidak berarti produk tersebut ilegal, tetapi lebih pada produk yang

⁵⁸ “Alifia Putri Yudanti dan Ristiana D. Putri”, [Kompas.com](https://lifestyle.kompas.com/read/2022/06/29/125051820/apakah-skincare-non-bpom-aman-digunakan), "Apakah Skincare *Non*-BPOM Aman Digunakan?", <https://lifestyle.kompas.com/read/2022/06/29/125051820/apakah-skincare-non-bpom-aman-digunakan> diakses tanggal 26 April 2025 Pukul 20:28.

⁵⁹ Peraturan Kepala Badan POM Republik Indonesia Tahun 2011 Tentang Pengawasan Pemasukan Kosmetika.

belum memperoleh persetujuan distribusi dari BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan). Perusahaan yang menjual produk *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) dapat dikenai sanksi hukum, termasuk hukuman penjara atau denda,⁶⁰ jika sengaja mengabaikan kewajiban izin edar sebagaimana Menurut ketentuan dalam Pasal 142 Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2012 tentang Pangan, dijelaskan bahwa:⁶¹

“Pelaku usaha yang dengan sengaja tidak memenuhi persyaratan perizinan dari BPOM dapat dijatuhi sanksi pidana berupa penjara maksimal 2 tahun atau dikenai denda hingga Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).”

Produk *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan), meskipun tidak selalu ilegal, memiliki potensi bahaya karena belum melalui proses uji keamanan dan kualitas oleh BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan). Hal ini menunjukkan bahwa pentingnya bagi konsumen memeriksa BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) sebelum membeli produk, terutama produk kosmetik, obat-obatan, dan makanan. Dengan memastikan produk terdaftar BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan), konsumen dapat meningkatkan keamanan dan kesehatan bagi dirinya sendiri.

⁶⁰ “Edarkan Produk Pangan Tanpa Syarat Izin BPOM Bisa Dipidana?”,2024, <https://prolegal.id/edarkan-produk-pangan-tanpa-syarat-izin-bpom-bisa-dipidana/> diakses dalam 26 April 2025, Pukul 20:41.

⁶¹ Undang-undang No 14 Tahun 2012 Tentang Pangan, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5360.

d. Prosedur Perizinan BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan)

Pengajuan perizinan BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) untuk produk kecantikan mempunyai beberapa tahapan dan persyaratan. Pengajuan perizinan BPOM bisa diakses melalui website BPOM atau melalui aplikasi e-BPOM (BPOM Mobile). Aplikasi e-BPOM merupakan platform digital yang disediakan untuk mempermudah pelayanan dalam perizinan terkait impor Obat, Produk dan Bahan Baku Obat Tradisional, Kosmetik, Suplemen, Bahan Baku Pangan, Bahan Tambahan Pangan, serta Pangan di bawah kewenangan Badan POM Republik Indonesia.

Adapun prosedur pendaftaran izin BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) adalah:

1. Buat Akun di e-BPOM:

Kunjungi situs web e-BPOM atau unduh aplikasi BPOM Mobile atau registrasi.pom.go.id. Klik "Registrasi Baru" dan isi data yang diperlukan.

2. Lengkapi Formulir Notifikasi Produk:

Isi data produk secara lengkap, termasuk informasi tentang bahan baku, hasil analisis, dan informasi gizi (jika ada).

3. Unggah Dokumen Pendukung:

Siapkan dan unggah dokumen yang diminta, seperti NPWP, izin usaha, sertifikat CPKB, dan dokumen terkait lainnya.

4. Bayar Biaya PNBP:

Lakukan pembayaran mengacu pada Surat Perintah Bayar (SPB) yang terbit setelah pengisian formulir.

5. Verifikasi dan Persetujuan:

BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) akan melakukan verifikasi dan evaluasi terhadap data dan dokumen yang di ajukan Setelah verifikasi selesai nomor ID produk dan kode notifikasi akan muncul.

6. Persyaratan Tambahan dalam pendaftaran izin BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan):

- a. NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak).
- b. Izin Usaha (IUI/IUMK/SKDU).
- c. Hasil Audit Sarana Produksi (PSB).
- d. Surat Pernyataan Hak atas Merek (jika ada merek terdaftar).
- e. Sertifikat Merek Dagang (jika ada merek terdaftar).
- f. Nomor Registrasi Importir (jika menggunakan bahan baku impor).
- g. Dokumen CPKB (Cara Pembuatan Kosmetika yang Baik).
- h. Dokumen Pabrik.
- i. Dokumen Bahan Baku.

Adapun prosedur pengecekan BPOM untuk produk kecantikan Untuk menentukan keaslian atau kepalsuan, terdapat dua metode yang dapat digunakan, yaitu:⁶²

1. Melalui website BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan)
 - a. Membuka website BPOM di cekbpom.pom.go.id.
 - b. Tuliskan nomor registrasi, nama produk atau merek yang tercantum (pilih salah satu)
 - c. Kemudian klik ‘cari’.
 - d. Setelah itu, Data yang akan ditampilkan meliputi nomor registrasi, nama produk, tanggal penerbitan, pihak yang menerbitkan, jenis produk, bentuk produk, merek, kemasan, nama pendaftar, serta produsen.
2. Aplikasi BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan).
 - a. Mengakses dan mengunduh aplikasi “BPOM Mobile” di platform *App Store* atau *Play Store*.
 - b. Bila terdapat barcode pada kemasan kosmetik yang ingin dicek, pilih fitur ‘scan produk’ lalu arahkan ke barcode.
 - c. Jika barcode tidak tersedia, gunakan opsi Cek NIE dan input nomor registrasi, nama produk, atau nama produsen (pilih salah satu).s

⁶² Tim Hukum *Online*,” Cara Mengecek BPOM Kosmetik Asli atau Palsu“ 2024, <https://www.hukumonline.com/berita/a/cara-mengecek-bpom-kosmetik-asli-atau-palsu>, diakses tanggal 27 April 2024, Pukul 10:50.

- d. Pilih tombol ‘cari produk’. Bila produk tersebut tercatat, informasi terkait nomor izin edar, nama produk, merek, jenis kemasan, bentuk sediaan, pendaftar, dan produsen akan terlihat.

Jika yang ditampilkan sesuai dengan jenis produk kosmetik yang dicari maka dapat dipastikan bahwa produk tersebut telah terdaftar secara resmi di BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan). Namun, jika tidak ditemukan informasi maka besar kemungkinan produk tidak terdaftar atau ilegal, dapat dipastikan produk tersebut belum memiliki izin edar BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan).

3. Teori Tentang Larangan Jual Beli

a. Larangan Jual Beli

Nabi Muhammad saw melarang melakukan beberapa transaksi jual beli, diantaranya sebagai berikut:⁶³

1. Jual beli barang yang belum diterima

Pedagang muslim tidak diizinkan untuk membeli sesuatu dan kemudian menjualnya kembali sebelum menerima barang tersebut.

2. Jual beli antara sesama muslim

Umat Islam yang telah membeli sesuatu atas barang tersebut dan umat muslim lainnya tidak diperbolehkan mendesak penjual

⁶³ Yoyok Prasetyo, *Ekonomi Syariah*, (Bandung Aria Mandiri Group, 2018), 13

untuk sebuah barang agar mengembalikannya dan menjualnya kepadanya. umat Islam lainnya.

3. Jual beli Najasy

Seorang umat muslim tidak diperbolehkan ketika melakukan penawaran barang menggunakan harga tertentu tetapi ia tidak berniat membeli, kegiatan tersebut bertujuan agar penawar lainnya mengikuti dan tertarik membelinya.

4. Jual beli dua barang menggunakan satu akad

Melakukan dua transaksi sekaligus dalam satu waktu tidak diperkenankan menurut syariat islams.

5. Jual beli utang dengan utang

Umat muslim tidak diperkenankan untuk menjual hutang dengan hutang, dikarenakan dapat juga artikan dengan memperjual belikan barang yang belum ada sehingga islam melarang transaksi tersebut.

6. Jual beli gharar

Pedagang yang beragama Islam tidak diperbolehkan memperdagangkan sesuatu yang terkandung didalamnya unsur keraguan. Sehingga umat Islam tidak diperbolehkan memperdagangkan ikan yang masih terdapat di air, memperdagangkan bulu hewan yang masih terdapat pada di hewan yang belum mati, menjual anak yang masih terkandung didalam induknya, menjual buah yang belum matang, maupun barang tanpa dilihat.

7. Jual beli barang haram dan najis adalah dimana diperdagangkan tidak diperbolehkan dan diharamkan oleh islam, misalnya babi dan khamar.
8. Jual beli pada adzan kedua di hari jumat ialah dimana transaksi Jual beli dilaksanakan pada saat adzan kedua berkumandang dan berpaling pada saat khutbah, maka tidak sah ketika dilakukannya transaksi ketika telah masuknya kewajiban melakukan shalat jumat.
9. Menjual suatu yang tidak ada pada penjualnya ialah transaksi dilakukan tanpa adanya objek barang ditempat ulama fiqih berpendapat bahwa transaksi tersebut tidak sah, dikarenakan tidak terpenuhinya syarat akad.
10. Pembeli barang dari penjualnya di luar daerah adalah dimana Jual beli ini menurut ulama hanafiyah dibolehkan tanpa mendeskripsikan barang akan tetapi pembeli diberikan hak kiyar pada saat melihatnya, sedangkan ulama Syafiiyah dan Hanabilah berpendapat bahwa transaksi tersebut tidak sah".
11. Jual beli *urbun* (Uang Muka) ialah suatu barang yang dengan transaksinya menggunakan harga tertentu, dengan cara pembeli memberikan uang muka tetapi terdapat catatan bahwa transaksi tersebut dilaksanakan dengan membayar harga yang sudah disepakati, tetapi jika dibatalkan uang muka tersebut milik penjual.
12. Jual beli oleh orang kota kepada orang desa ialah dimana transaksi tersebut yang dilakukan oleh orang yang berasal dari kota yang

sehabis mengetahui harga pasaran dan menjualkan barangnya kepada orang yang berpenduduk di desa yang tidak pernah mengetahui atas harga penjualan dari barang tersebut.

13. Jual beli *Musharrah*

adalah dengan cara mengikat puting susu hewan ternak yang menyebabkan terlihat susunya banyak, sehingga menyebabkan harganya lebih tinggi.

14. Jual beli *Muhaqolah*

adalah dimana dilakukan penjualan buahnya yang belum layak dimakan atau buahnya masih terdapat pada tangkainya.

15. Jual beli *Muzabanah* dan *Muhaqalah*

adalah dimana dilaksanakan penukaran antara kurma kering dengan kurma basah maupun penukaran antara anggur kering dan anggur basah, akan tetapi penggunaannya dengan takaran.

16. Jual beli *tsunayah*

Adalah dimana jual beli menggunakan harga khusus, tetapi barang yang dijadikan objek transaksi tidak diketahui, sehingga terdapat pengecualian barang yang tidak jelas pada sejumlah barang."⁶⁴

⁶⁴ Hariman Surya Siregar, Koko Khoerudin, Fikih Muamalah Teori dan Implementasi, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019), 130-131.

4. Teori Tentang Fiqh Muamalah

a. Pengertian Fiqh Muamalah

Fiqh muamalah sebagai cabang ilmu harus dipahami secara menyeluruh. Pemahaman ini harus dimulai dengan mengerti pengertian dan tujuan dari disiplin ilmu tersebut.⁶⁵ Fiqh adalah kumpulan aturan hukum atau pedoman yang mengatur segala aktivitas dalam kehidupan manusia, baik dalam hal interaksi, perilaku, maupun tindakan yang bersifat lahiriah dan amaliah.⁶⁶

Secara bahasa, merujuk pada segala bentuk interaksi atau transaksi yang berkaitan dengan aktivitas ekonomi, termasuk di dalamnya perjanjian, jual beli, serta kontrak-kontrak yang dijalankan oleh umat Islam.

b. Pembagian Fiqh Muamalah

Menurut Ibn Abidin, fiqh muamalah terbagi menjadi lima bagian, yaitu:

1. Mu'awadhah Maliyah (hukum kebendaan)
2. Munakahat (hukum perkawinan)
3. Mukhashamat (hukum acara)
4. Amanat dan Ariyah (pinjaman)
5. Tirkah (harta peninggalan)

Ibn Abidin memberikan definisi muamalah yang sangat luas, sehingga mencakup masalah munakahat sebagai bagian dari

⁶⁵ Rahmat Hidayat, *Fikih Muamalah* (Medan: CV. Tungga Esti, 2022). 1.

⁶⁶ Prilla Kurnia Ningsih, *Fiqh Muamalah*, 3.

fiqh muamalah, meskipun sebenarnya munakahat diatur dalam disiplin ilmu terpisah, yaitu fiqh munakahat. Begitu pula dengan tirkah, yang juga dianggap bagian dari fiqh muamalah, padahal tirkah diatur dalam disiplin ilmu tersendiri, yaitu fiqh mawaris.⁶⁷

c. Dasar Hukum Fiqh Muamalah

Dasar hukum dalam fiqh muamalah bersumber dari tiga rujukan utama, yakni Al-Qur'an, Hadis, dan hasil ijtihad para ulama.⁶⁸

1. Al-Qur'an

Al-Qur'an adalah sumber utama yang memberikan pedoman hidup bagi umat manusia, khususnya dalam menghadapi dan menyelesaikan berbagai permasalahan kehidupan. Sebagai umat Islam, sudah menjadi kewajiban untuk selalu berpegang pada semua hukum yang terdapat dalam Al-Qur'an agar dapat menjadi hamba yang taat kepada Allah SWT, dengan menjalankan segala perintah-Nya serta menghindari larangan-larangan-Nya.

Sumber hukum fiqh muamalah yang terdapat dalam Al-Qur'an dapat ditemukan pada surat An-Nisa' ayat 29, yang memberikan perintah mengenai transaksi perdagangan yang harus dilakukan dengan saling kerelaan dan kesepakatan antara

⁶⁷ Prilla Kurnia Ningsih, Fiqh Muamalah, 10.

⁶⁸ Prilla Kurnia Ningsih, Fiqh Muamalah, 12

kedua belah pihak, serta menghindari cara-cara yang batil atau tidak sah.

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

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu".⁶⁹

2. Hadits

Hadits merupakan sumber hukum kedua bagi umat Islam setelah Al-Qur'an, yang berfungsi sebagai pedoman dalam menjalankan berbagai aktivitas kehidupan, baik duniawi maupun ukhrawi. Hadis meliputi seluruh hal yang disandarkan kepada Nabi Muhammad SAW, termasuk sabda, perbuatan, serta persetujuan beliau, yang menjadi landasan dalam penetapan syariat Islam.⁷⁰

Hukum asal dari fiqh muamalah ini adalah boleh atau

mubah, sebagaimana yang telah sering kita dengar:

الأَصْلُ فِي الْمَعَامَلَةِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

Artinya : "Hukum asal semua bentuk muamalah adalah mubah (boleh), kecuali ada dalil yang mengharamkannya (melarang)".

⁶⁹ Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-qur'an dan Terjemahannya, (Jakarta, 2023),56.

⁷⁰ Prilla Kurnia Ningsih, *Fiqh Muamalah*, 13.

3. Ijtihad

Ijtihad merupakan sumber hukum ketiga setelah Al-Qur'an dan hadis, yang diartikan sebagai proses penetapan keputusan atas persoalan baru dengan menggunakan akal dan pertimbangan mendalam, terutama ketika masalah tersebut tidak secara eksplisit dibahas dalam Al-Qur'an maupun hadis. Dalam perkembangan fiqh muamalah, ijtihad banyak dimanfaatkan sebagai metode untuk menyelesaikan permasalahan hukum yang tidak terdapat dalam kedua sumber utama tersebut.

Ijtihad memegang peranan yang sangat penting dalam penetapan hukum Islam. Orang yang melakukan ijtihad disebut sebagai mujtahid, yang merupakan seseorang yang memiliki keahlian mendalam dalam bidang Al-Qur'an dan Hadits.

d. Ruang Lingkup Fiqh Muamalah

Fiqh muamalah meliputi dua aspek, yaitu *adabiyah* dan *madiyah*. Aspek *adabiyah* mencakup prinsip ijab kabul, kesepakatan tanpa paksaan, hak dan kewajiban yang jelas serta etika perdagangan jujur yang menghindari penipuan, pemalsuan, dan penimbunan dalam peredaran harta masyarakat.⁷¹

Ruang lingkup pembahasan *madiyah* mencakup berbagai bentuk transaksi dan akad dalam muamalah, seperti jual beli, gadai, jaminan, pemindahan utang, hingga persoalan kebangkrutan dan

⁷¹ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, 5.

batasan bertindak. Termasuk di dalamnya adalah kerja sama bisnis seperti *syirkah* dan *mudharabah*, serta aktivitas ekonomi lain seperti sewa-menyewa, penitipan, pemberian hak guna pakai, dan pengelolaan tanah. Selain itu, juga mencakup pemberian upah, sayembara, hibah, perdamaian, dan pembagian harta. Dalam konteks modern, madiyah juga membahas isu kontemporer seperti bunga bank, asuransi, kredit, dan berbagai permasalahan ekonomi baru lainnya.⁷²

e. Jenis-Jenis Akad Jual Beli Dalam Fiqh Muamalah

Adapun jenis-jenis jual beli, sebagai berikut :⁷³

1. Akad *Ijarah*

Akad jual beli yang pertama dikenal dengan istilah *ijarah*. Dalam buku Bank Syariah dari Teori ke Praktek karya Muhammad Syafi'i Antonio, *ijarah* dijelaskan sebagai perjanjian yang memberikan hak pemanfaatan atas suatu barang

atau jasa melalui pembayaran imbalan sewa, tanpa mengalihkan kepemilikan barang tersebut. Singkatnya, *ijarah* merupakan bentuk transaksi sewa menyewa, di mana pihak yang menyewakan memperoleh kompensasi dari penggunaan barang atau jasa yang ditawarkan.

⁷² Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, 5.

⁷³ Anisa Rizki Febriani, Detik Hikmah, 2024, <https://www.detik.com/hikmah/khazanah/d-7467267/mengenal-akad-jual-beli-dalam-islam-dan-jenisnya>. Diakses Tanggal 09 Mei 2025, Pukul 20:50.

2. Akad *Istishna'*

Akad *istishna'* merupakan salah satu bentuk transaksi yang telah dipraktikkan sejak masa Nabi Muhammad SAW. Pelaksanaannya mengikuti ketentuan serta prinsip-prinsip dalam ekonomi syariah. *Istishna'* sendiri adalah kontrak antara dua pihak pembeli (*mustashni*) dan produsen atau penjual (*shani*) yang berkaitan dengan pemesanan suatu barang berdasarkan spesifikasi yang telah disepakati bersama. Dalam akad ini, penjual berkewajiban untuk menyediakan barang sesuai dengan kesepakatan, sementara pembeli wajib membayar barang tersebut sesuai dengan yang ditentukan dan disepakati.

3. Akad *Wadiah*

Akad *wadiah* merupakan perjanjian di mana seseorang menitipkan barang kepada orang lain tanpa meminta imbalan. Barang yang dititipkan bisa berupa uang maupun barang lainnya. *Wadiah* melibatkan proses di mana pihak yang ingin menitipkan barang memberikan kepercayaan kepada pihak yang dipercaya untuk menjaga dan memastikan keselamatan, keamanan, serta kondisi barang atau uang tersebut tetap terjaga dengan baik.

4. Akad *Mudharabah*

Menurut buku *Hadits-hadits tentang Syirkah dan Mudharabah* karya Syafri M Noor, *mudharabah* merupakan

perjanjian antara pemilik modal dan pengelola dana, di mana dana tersebut digunakan untuk kegiatan produktif. Dalam perjanjian ini, keuntungan yang diperoleh akan dibagi secara adil antara kedua belah pihak, yaitu pemodal dan pengelola modal.

Abbas bin Abdul Muthalib pernah menyerahkan sejumlah harta untuk dikelola dalam akad *mudharabah*, dengan menetapkan beberapa ketentuan kepada pengelola (*mudharib*). Ia melarang penggunaan harta tersebut untuk menyeberangi laut, melewati lembah, atau membeli hewan tunggangan. Jika syarat-syarat ini dilanggar, maka *mudharib* wajib menanggung segala risiko yang terjadi. Ketika ketentuan tersebut disampaikan kepada Rasulullah SAW, beliau menyetujuinya. (HR At-Thabrani).

5. Akad *Salam*

Akad *salam* adalah salah satu akad dalam jual beli dengan pesanan, dimana barang yang sudah diketahui spesifikasinya dan pembeli setuju. Kemudian pembeli akan membayar atau mengirimkan uang terlebih dahulu, setelah pembayaran selesai penjual akan mengirimkan barang kepada pembeli. Jika memenuhi syarat-syarat keabsahan jual beli pada umumnya, maka akad *salam* termasuk dalam kategori jual beli yang sah.

Secara istilah, *salam* adalah transaksi jual beli terhadap barang yang telah dijelaskan sifat-sifatnya, yang diserahkan di kemudian hari dalam jangka waktu tertentu, dengan pembayaran yang dilakukan secara tunai pada saat akad berlangsung. Dasar hukum akad *salam* terdapat dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat (282) yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَى أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُبَ بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْبَ كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ

Artinya :“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya” Hendaklah seorang pencatat di antara kamu menuliskannya dengan benar. Janganlah pencatat menolak untuk menuliskannya sebagaimana Allah telah mengajar-kan kepadanya.⁷⁴

Kesepakatan para ulama (ijma') juga memperbolehkan jual beli *salam*, dimana dalam Ibnu Mundzir menyatakan bahwa seluruh ahli ilmu sepakat bahwa jual beli *salam* dibolehkan, karena transaksi ini memenuhi kebutuhan dan memudahkan urusan manusia. Oleh karena itu, jual beli *salam* diperkenankan untuk memenuhi kepentingan mereka. Ijma' ini dengan tegas memberikan dasar hukum bagi praktik jual beli *salam* dalam ekonomi.⁷⁵

⁷⁴ Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-qur'an dan Terjemahannya, (Jakarta, 2023),⁴⁸

⁷⁵ Rozalinda, *Fiqih Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016),⁹⁴.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menerapkan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yang dimaksudkan untuk menyajikan pemaparan serta penjelasan secara rinci dan mendalam mengenai fenomena keadaan yang sedang terjadi. Metode deskriptif kualitatif ini mengumpulkan informasi melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, untuk memperoleh data yang sistematis, faktual, dan tepat fenomena yang diteliti.⁷⁶

Jenis penelitian yang digunakan adalah yuridis empiris yang dikenal sebagai penelitian hukum sosiologis. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menelaah regulasi hukum yang berlaku dan mengeksplorasi realitas sosial yang berlangsung di masyarakat.⁷⁷

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis kondisi masyarakat sesungguhnya, dengan tujuan untuk menggali dan menemukan fakta dan informasi yang mendukung. Setelah data diperoleh, langkah berikutnya adalah menelaah permasalahan yang ada guna merumuskan penyelesaian secara sistematis.⁷⁸

⁷⁶ Rusnadi dan Muhammad Rusli, "Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif Dan Studi Kasus", *Jurnal Pendidikan dan Studi Islam* Vol.2 No.1, 2021,3.

⁷⁷ Bambang Waluyo, *Penelitian Hukum Dalam Praktek*, (Jakarta, Sinar Grafika, 2002), 15.

⁷⁸ Bambang Waluyo, *Penelitian Hukum Dalam Praktek*,16.

Laporan penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) yang mengumpulkan data secara langsung melalui pengamatan objek. Perolehan data utama berasal dari interaksi langsung dengan pembeli dan penjual produk kecantikan yang tidak terdaftar di BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan). Selain bersifat lapangan, penelitian ini turut mengandalkan pada kajian kepustakaan untuk memperkuat argumen, seperti buku, situs *web*, jurnal, artikel, dan penelitian sebelumnya, menganalisis hal relevan sesuai topik yang sedang diteliti.⁷⁹

B. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini ialah di Toko GO bertempat di Pakusari, Kabupaten Jember, Jawa Timur merupakan toko yang menjual produk kecantikan dan barang dari berbagai merek maupun *brand*.

Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada beberapa aspek yaitu aspek kemudahan akses dan ketersediaan data. Alasan memilih lokasi penelitian di toko GO adalah karena jarak posisinya cukup dekat dengan domisili peneliti sehingga memudahkan untuk diakses juga terdapat transportasi yang memadai. Selain itu lokasi juga memiliki ketersediaan data yang cukup, sehingga memudahkan peneliti dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan.

⁷⁹ Zhafran Mahadika Pratama, “Hukum Islam Tentang Jual Beli Handbody Tanpa Label Halal BPOM (Studi Kasus Transaksi *Online* Produk Kyantik Skincare)”, (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2019), 11

C. Subyek Penelitian

Key informan merupakan metode ini digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian dengan memanfaatkan sumber data primer dan sekunder agar informasi atau bukti yang dibutuhkan dapat diperoleh. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara langsung dengan pihak-pihak terkait di lapangan.:

1. Sumber Data primer

Informasi yang didapatkan secara langsung melalui proses observasi, wawancara, serta analisis dokumen.:

Tabel 3.1
Daftar Informan

No	Nama	Jabatan
1	Ratih Arifatul Hasanah	Owner Toko GO
2	Silvia Desiana	Admin Toko GO
3	Aulia Nafisah	Karyawan
4	Nasiha	Konsumen/ Pembeli
5	Linda Sulastris	Konsumen/ Pembeli
6	Siti Fatimah	Konsumen/ Pembeli
7	Sunarti	Konsumen/ Pembeli

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data yang diperoleh dan dipilih meliputi berbagai bahan pustaka yang telah ada, seperti buku, jurnal, skripsi, situs web, dan literatur relevan lainnya yang mendukung penelitian.

D. Teknik Penumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan beberapa teknik pengumpulan data, seperti berikut:

1. Observasi

Observasi adalah proses pengamatan secara langsung memahami peristiwa hukum yang terjadi secara nyata. Dalam konteks ini, pengamatan dilakukan langsung terkait praktik jual beli produk kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) di Toko GO.

2. Wawancara

Pengumpulan informasi data penelitian ini yaitu peneliti melakukan penyelidikan langsung maupun tidak langsung dengan menyampaikan beberapa pertanyaan guna mendapatkan data dan informasi yang relevan dengan topik penelitian.⁸⁰ Wawancara akan dilakukan kepada 1 orang pemilik toko GO, 1 orang admin toko, 1 karyawan toko, dan 4 konsumen.

3. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk memperkaya data yang relevan. Metode ini mencakup observasi dan pemeriksaan dokumen yang disusun oleh partisipan penelitian, dengan tujuan mendapatkan bukti dan menyimpan informasi yang diperlukan pada penelitian.⁸¹

Hasil data yang diperoleh dari teknik tersebut berupa foto objek penelitian dan rekaman penelitian. Data diperoleh

⁸⁰ Andi Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Ar Ruzz Media, 2012), 212

⁸¹ Mardawani, *Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar Dan Analisis Data Dalam Perspektif Kualitatif* (Sleman:Deepublish,2020),52.

melalui dokumentasi ini dapat memberikan informasi yang penting dan relevan dalam penelitian.

E. Analisi Data

Penelitian memanfaatkan teknik analisis data berbasis deskripsi, di mana peneliti akan mengolah dan menjelaskan data yang telah dikumpulkan. Peneliti akan menguraikan informasi yang berkaitan dengan jual beli produk kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) melalui media sosial, dengan pendekatan Fiqh Muamalah. Proses analisis ini didasarkan pada berbagai sumber yang relevan, serta menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dengan tujuan untuk menarik kesimpulan yang mudah dimengerti jelas oleh peneliti dan pembaca lainnya.

F. Keabsahan Data

Keabsahan data penelitian ini menggunakan teknik perpanjangan keikutsertaan yaitu peneliti terus-menerus terlibat dalam penelitian di lapangan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam terhadap penelitian yang diteliti.

G. Tahap-Tahap penelitian

Adapun tahap-tahapan dalam penelitiannya yakni :

1. Tahap Pra Riset
 - 1) Membuat perencanaan penelitian.
 - 2) Menentukan obyek penelitian

- 3) Mengajukan judul kepada dosen pengampu
- 4) Menyusun metode penelitian
- 5) Meninjau kajian pustaka yang relevan
- 6) Menyiapkan persiapan lapangan

2. Tahap Riset

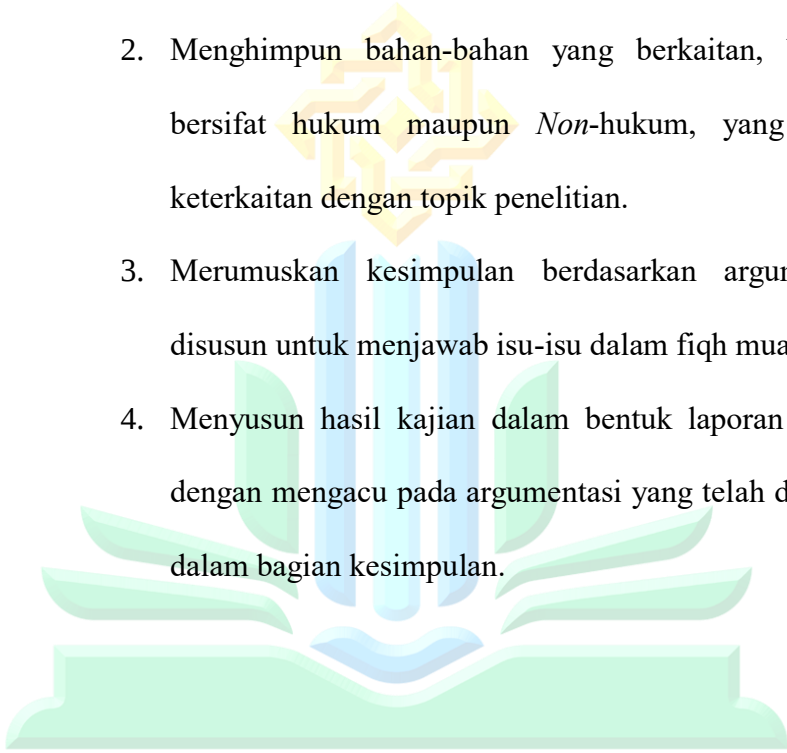
Tahap ini melibatkan proses pengumpulan informasi dari beragam teknik, antara lain observasi, wawancara, serta dokumentasi yang berkaitan dengan jual beli produk kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) di Toko GO melalui media sosial dengan akad *salam* perspektif fiqh muamalah. Tahap berikutnya adalah menganalisis dan mengolah data agar dapat dirumuskan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

3. Tahap Pasca Riset

Tahap pasca-penelitian merupakan fase akhir dalam proses penelitian. Pada bagian ini, fokus utama diarahkan pada penyajian data serta pengolahan hasil penelitian menjadi sebuah karya ilmiah yang menitikberatkan perhatian pada temuan penelitian pada praktik jual beli produk kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) melalui media sosial dengan akad *salam* perspektif fiqh muamalah. Guna menciptakan karya penelitian hukum yang berkualitas langkah penelitian perlu diikuti agar hasilnya memiliki kualitas

yang baik, sehingga mendapatkan hasil penelitian yang berkualitas. Adapun tahap-tahap penelitian sebagai berikut:

1. Melakukan identifikasi terhadap fakta hukum yang relevan dan menyisihkan unsur-unsur yang tidak berkaitan guna merumuskan permasalahan hukum yang akan dianalisis.
2. Menghimpun bahan-bahan yang berkaitan, baik yang bersifat hukum maupun *Non-hukum*, yang memiliki keterkaitan dengan topik penelitian.
3. Merumuskan kesimpulan berdasarkan argumen yang disusun untuk menjawab isu-isu dalam fiqh muamalah.
4. Menyusun hasil kajian dalam bentuk laporan penelitian dengan mengacu pada argumentasi yang telah dirumuskan dalam bagian kesimpulan.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

Toko GO adalah tempat yang menyediakan produk kecantikan dan barang dari berbagai merek maupun brand. Toko GO berdiri sekira 4 tahun tepatnya pada tahun 2021. Tujuan berdirinya toko GO yaitu selain untuk kebutuhan diri sendiri juga untuk memenuhi kebutuhan para konsumen di bidang kecantikan terutama para konsumen yang memiliki masalah kulit. Adapun produk yang dijual di toko Toko GO mulai dari produk *fashion* dan produk kecantikan.

Terdapat berbagai macam produk kecantikan yang dijual di toko mulai dari produk kecantikan yang memenuhi izin BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) sampai dengan produk kecantikan yang tidak memiliki atau belum memiliki izin dari BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan). Jenis produk kecantikan yang dijual juga berbagai macam mulai dari lotion, cream siang, cream malam dan serum. Metode penjualan di toko GO menggunakan sistem jual beli secara *offline* dan *online*, jual beli melalui media *online* yaitu dengan menggunakan media *online* *instagram* dan *whatsapp*. Dimana toko GO akan mempromosikan produk kecantikan tersebut melalui *instagram* dan *whatsapp* kemudian pembeli akan mengirimkan balasan pesan dari promosi tersebut sehingga akan terjadi negosiasi antara penjual dan pembeli. Selanjutnya pembeli akan membayar DP (*down payment*) terlebih dahulu atau

membayar uang muka sepenuhnya kemudian barang akan diterima kurang lebih 7 hari.

Letak geografis penelitian ini dilakukan di Pakusari, Kabupaten Jember. Adapun jumlah karyawan di toko GO terdapat 4 karyawan, sebagai berikut :

Tabel 4.1
Daftar Nama Karyawan

NO	NAMA	JABATAN
1	Silvia Desiana	Admin
2	Diana	Kasir
3	Alia Nafisah	Karyawan
4	Alvin	Karyawan

B. Penyajian dan Analisis Data

1. Praktik Jual Beli Produk Kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas

Obat dan Makanan) di Toko GO Melalui Media Sosial

Jual beli produk kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) dijual dengan berbagai cara yaitu, dijual secara *offline* dan *Online*, sebagaimana menurut Ratih Arifatul Hasanah selaku owner Toko GO, beliau mengatakan :

“Produk yang belum BPOM itu dijual secara *offline* dan *online* melalui *via WhatsApp*, tetapi para konsumen yang memakai produk itu lebih banyak membeli melalui *online* serta peminatnya lebih luas, sedangkan yang membeli *offline* atau membeli di toko sebagian kecil masyarakat sekitar saja”.⁸²

Berdasarkan hasil observasi peneliti terkait dengan praktek jual beli produk kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan)

⁸² Ratih Arifatul Hasanah, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 28 April 2025

dimana peneliti menemukan bahwa di toko tersebut menjual produk kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) berupa *cream* wajah yang dikhususkan untuk menghilangkan flek hitam pada wajah.⁸³ Sebagaimana menurut Ratih Arifatul Hasanah selaku owner Toko GO mengatakan:

“Produk kecantikan yang kami jual disini ada cukup banyak, salah satunya memang terdapat produk kecantikan berupa *cream* wajah untuk menghilangkan flek hitam. Akan tetapi *cream* wajah itu belum BPOM makanya kami menjualnya dalam skala kecil saja tidak sampai dijual di *shopee* maupun *lazada*”.⁸⁴

Berikut contoh gambar produk kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) yang dijual di toko GO :



Gambar 4.1

Contoh Produk⁸⁵

Sistem penjualan di Toko GO ialah melalui *offline* dan *online* dengan sistem *pre-order* (*PO*), pembeli memesan dan membayar DP (*down payment*) terlebih dahulu, kemudian barang atau produk tersebut akan dikirim 5-7 hari setelah pemesanan tersebut. Sebagaimana menurut Ratih Arifatul Hasanah selaku owner Toko GO, beliau mengatakan :

⁸³ Observasi di Toko GO Jember, 27 April 2025

⁸⁴ Ratih Arifatul Hasanah, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 28 April 2025

⁸⁵ Observasi di Toko GO Jember, 25 April 2025

“Sistem beli *online* itu langsung memesan melalui *WhatsApp*, dimana pembeli pembeli memesan terlebih dahulu, serta membayar DP (*down payment*) terlebih dahulu, kemudian barang atau produk tersebut akan dikirim 5-7 hari setelah pemesanan tersebut”.⁸⁶

Menurut Silvia Desiana selaku admin Toko GO, beliau mengatakan :

“Kalau konsumen pelanggan, sudah ada grup *WhatsApp*, sehingga apabila mau memesan tinggal mendaftar di grup *WhatsApp* tersebut dan membayar DP (*down payment*) terlebih dahulu, pada saat proses pengiriman, apabila ada salah satu pelanggan yang sudah mendaftar tetapi belum membayar DP (*down payment*), maka kita agggap hangus dan pesanan tidak akan kami proses, setelah barang datang, konsumen yang sudah ada di grup tersebut kita konfirmasi, sedangkan konsumen yang memesan secara pribadi, akan di konfirmasi secara pribadi juga”.⁸⁷

Sistem jual beli produk kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) di toko GO melalui media sosial *via whatsapp* dengan pesanan, yaitu pembeli diharuskan membayar DP (*down payment*) uang muka terlebih dahulu saat pemesanan dan barang yang akan dipesan bisa diantar 5-7 hari setelah pemesanan. Alasan sistem pembelian dengan pesanan di toko GO sebagaimana, menurut Ratih Arifatul Hasanah selaku owner toko GO beliau mengatakan :

“Alasan saya melakukan sistem pembayaran DP (*down payment*) diawal untuk meminimalisir hal-hal yang tidak diinginkan, contoh ketika barang datang barang tidak diambil, konsumen tidak bertanggung jawab, orang iseng dan lain-lain”.⁸⁸

Adapun konsumen atau pembeli, menurut Ratih Arifatul Hasanah selaku owner Toko GO, beliau mengatakan :

⁸⁶ Ratih Arifatul Hasanah, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 28 April 2025

⁸⁷ Silvia Desiana, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 28 April 2025

⁸⁸ Ratih Arifatul Hasanah, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 28 April 2025

“Kalau peminatnya dari berbagai kalangan, ada remaja sekitar umur 20 tahun keatas, dan ibu-ibu rumah tangga, akan tetapi yang lebih banyak peminatnya itu dari ibu rumah tangga”.⁸⁹

Adapun produk yang di jual di Toko GO ialah berbagai macam *merk* atau *brand*, ada yang sudah mendapat izin BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) dan ada juga yang belum mendapat izin edar BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan), sebagaimana Ratih Arifatul Hasanah selaku owner Toko GO, beliau mengatakan :

”kalau produk kecantikan (kosmetik) yang saya jual itu berbagai macam *merk* dan *brand*, ada yang sudah BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) dan ada juga yang belum BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan), tergantung konsumen minatnya yang mana”⁹⁰

Sebagaimana menurut Linda Sulastrri selaku konsumen atau pengguna produk kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan), beliau mengatakan :

“Saya memakai cream wajah ini (produk kecantikan) untuk mengobati masalah kulit wajah yaitu flek hitam dan saya biasanya memakai sehari 1 kali sebelum tidur. Setelah menghabiskan satu produk ternyata tidak ada hasil yang memuaskan, jadi saya memutuskan untuk tidak membelinya lagi”⁹¹

Sedangkan menurut Nasuha selaku konsumen atau pengguna produk kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan), beliau mengatakan :

“Saya memakai cream yang tidak ada *merk* atau label nya dan itu katanya belum BPOM, tetapi selama saya pakai masih aman saja wajah saya, bahkan proses memakai produk tersebut, sangat cepat perubahannya, karna saya mempunyai jenis kulit yang kusam dan

⁸⁹ Ratih Arifatul Hasanah, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 28 April 2025

⁹⁰ Ratih Arifatul Hasanah, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 28 April 2025

⁹¹ Linda Sulastrri, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 29 April 2025

ada sedikit flek hitam, pada saat saya memakai produk itu, saya merasa wajah saya lebih cerah dan flek hitam berkurang”.⁹²

Menurut Siti Fatimah selaku konsumen atau pengguna produk kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan), beliau mengatakan :

“Saya pernah memakai cream *Non* BPOM untuk coba-coba saja, dan ternyata memang cepat prosesnya, cepat glowing dan saya merasa kulit wajah semakin tipis, jadi saya tidak melanjutkan karena takut dan khawatir soalnya produknya tidak ada *merk* atau label nya dan kemasannya polos berwarna putih”.⁹³

Menurut Sunarti selaku konsumen atau pengguna produk kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan), beliau mengatakan :

“Saya pernah memakai cream *Non* BPOM untuk coba-coba saja, dan ternyata memang cepat prosesnya, awalnya glowing, cerah tetapi kulit wajah semakin tipis, dan semakin lama kulit wajah saya berubah, seperti kering dan mengelupas dan muncul flek hitam sedikit-sedikit serta warna kulit tidak merata, akhirnya saya tidak melanjutkan karena takut dan khawatir soalnya produknya belum BPOM dan tidak ada merk atau label hanya bentuk polos putih”.⁹⁴

Adapun alasan mengapa produk kecantikan yang dijual tidak

BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) karena terdapat kendala internal, Ratih selaku owner, beliau mengatakan bahwa :

"produk yang saya jual ini mau saya daftarkan BPOM, tetapi ada beberapa kendala salah satunya persyaratan masih belum lengkap, dan suatu saat nanti saya berniat mendaftarkan produk ini supaya konsumen lebih percaya dan yakin akan kualitas dan kandungannya aman".⁹⁵

⁹² Nasiha, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 27 April 2025

⁹³ Siti Fatimah, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 28 April 2025

⁹⁴ Sunarti, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 29 April 2025

⁹⁵ Ratih Arifatul Hasanah, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 28 April 2025

Berdasarkan uraian diatas dapat diketahui bahwa produk kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) yang dijual belikan memiliki efek yang berbeda pada setiap jenis kulit. Disamping efek yang berbeda-beda seperti kulit menjadi lebih tipis, mengelupas dan efek samping lainnya, terdapat konsumen yang justru tidak merasakan efek samping yang cukup signifikan seperti konsumen lainnya. Hal ini berbanding terbalik karena terdapat konsumen yang memang membutuhkan produk kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) ini karena dinilai lebih cepat dalam menyembuhkan berbagai masalah pada kulit seperti menghilangkan flek hitam secara instan tanpa adanya efek samping lainnya.

Produk kecantikan yang diperjual belikan tersebut masih dalam proses persiapan untuk diajukan ke BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan). Karena terdapat kendala dan juga banyak persyaratan dan dokumen yang harus disiapkan untuk pengajuan ke Badan POM.

2. Jual Beli Produk Kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) Di Toko GO Melalui Media Sosial Perspektif Fiqh Muamalah

Dalam islam diatur tata cara bermualah yang benar dan sesuai dengan syariat baik dari segi subyek, objek dan akadnya. Akad *salam* adalah salah satu akad dalam jual beli dengan pesanan, dimana barang yang sudah diketahui spesifikasinya dan pembeli setuju. Kemudian pembeli akan membayar atau mengirimkan uang terlebih dahulu, setelah

pembayaran selesai barang akan dikirim. Sebagaimana menurut Ratih selaku owner toko GO mengatakan :

“Sistem beli *online* itu langsung memesan melalui *WhatsApp*, dimana pembeli pembeli memesan terlebih dahulu, serta membayar DP (*down payment*) terlebih dahulu, kemudian barang atau produk tersebut akan dikirim 5-7 hari setelah pemesanan tersebut. Biasanya uang DP (*down payment*) akan ditransfer atau diantar langsung ke toko tergantung kesepakatan pembeli”.⁹⁶

Hukum jual beli *salam* dalam Islam diperbolehkan, sesuai dengan apa yang tercantum dalam Al-Qur'an dan Hadits Rasulullah yang mengajarkan agar dalam melakukan jual beli *salam*, kualitas, kuantitas, dan waktu pengirimannya harus diperhatikan dengan baik. Sebagaimana dalam rukun jual beli dalam akad *salam* yaitu:

1. *Muslam* (pembeli) adalah pihak yang memesan barang. Dalam hal ini yang dimaksud *Muslam* adalah para konsumen yang membeli produk kecantikan di toko GO. Sebagaimana menurut salah satu konsumen yaitu Nasiha mengatakan:

“saya membeli cream wajah ini di toko GO karena sudah langganan disana dan juga cocok di wajah saya”.⁹⁷

2. *Muslam ilaih* (penjual) adalah pihak yang menyediakan barang pesanan, dalam hal ini yang dimaksud pemasok barang ialah owner dan karyawan di toko GO yang bertugas untuk melayani pembelian konsumen. Sebagaimana menurut Silvia Desiana selaku admin toko GO mengatakan:

⁹⁶ Ratih Arifatul Hasanah, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 28 April 2025

⁹⁷ Nasiha, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 27 April 2025

“saya bekerja disini sudah hampir satu tahun, karyawan yang lain ada yang sudah lebih dari satu tahun dan bahkan ada yang bekerja hampir 2 tahun”.⁹⁸

3. Modal atau uang, atau bisa disebut dengan harga (*tsaman*), yaitu terdapat alat tukar berupa uang untuk membeli produk kecantikan, atau bisa disebut dengan harga (*tsaman*) produk kecantikan. Sebagaimana menurut Aulia Nafisah selaku karyawan toko GO mengatakan :

“Harga cream wajah penghilang flek hitam ini untuk satuannya Rp. 35.000 saja, akan tetapi kalau membeli sepuluh atau lebih akan diberi potongan harga menjadi Rp.34.000 satuannya”.⁹⁹

4. *Muslan fih* adalah barang yang dijual belikan, dalam hal ini barang yang diperjual belikan adalah produk kecantikan berupa cream wajah penghilang flek hitam.
5. Shigat adalah ijab dan qabul, yaitu kesepakatan pihak melakukan transaksi jual beli.

Dalam transaksi jual beli produk kecantikan (kosmetik), penting untuk adanya kesepakatan yang disampaikan dengan jelas mengenai maksud antara penjual dan pembeli, sebagaimana yang berlaku dalam transaksi pada umumnya.

Dalam akad *salam* terdapat syarat-syarat yang harus dipenuhi, berikut merupakan penjelasan mengenai syarat-syarat akad *salam* dan kesesuaian dengan praktek akad *salam* di Toko GO yaitu:

⁹⁸ Silvia Desiana, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 28 April 2025

⁹⁹ Aulia Nafisah, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 28 April 2025

1. Ketetapan Harga

Dalam setiap produk kecantikan di Toko GO sudah tertera jelas harga dalam kemasannya, sebagaimana dalam hasil wawancara menurut Ratih Arifatul Hasanah selaku owner Toko GO, beliau mengatakan :

“Semua produk kecantikan yang dijual disini sudah tertera harga di setiap produknya, sehingga apabila konsumen yang ingin membeli bisa mempertimbangkan dari segi harganya serta tanpa harus bertanya berkali-kali pada karyawan disini”.¹⁰⁰

2. Ketetapan Waktu Penyerahan

Waktu penyerahan barang yang dipesan harus ditentukan secara jelas dan pasti pada saat akad. Rentan waktu yang disepakati oleh penjual dan pembeli yaitu berkisar 5-7 hari setelah pemesanan barang, sebagaimana dalam hasil wawancara menurut Ratih Arifatul Hasanah selaku owner Toko GO, beliau mengatakan :

“Jika barang habis atau belum ada stok di toko, biasanya para konsumen memesan ke admin, dengan catatan harus membayar DP (*down payment*) dulu, kemudian barang atau produk tersebut akan dikirim 5-7 hari setelah pemesanan tersebut”.¹⁰¹

3. Spesifikasi Barang

Sifat-sifat barang yang dipesan harus jelas dan terperinci, sehingga meminimalisir keraguan dan perselisihan anatar keduanya. Oleh karena itu sebelum adanya pemesanan barang, penjual terlebih

¹⁰⁰ Ratih Arifatul Hasanah, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 28 April 2025

¹⁰¹ Ratih Arifatul Hasanah, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 28 April 2025

dahulu akan memberi tahu atau menjelaskan spesifikasi barang baik kelebihan maupun kekurangan produk tersebut, sehingga pembeli dapat mempertimbangkan akan hal tersebut. Sebagaimana menurut Aulia Nafisah selaku karyawan di Toko GO mengatakan:

“Sebagai karyawan saya dan karyawan yang lain pasti memberikan penjelasan kepada konsumen, biasanya konsumen akan bertanya terlebih dahulu sebelum membeli dan kami dengan senang hati akan memberikan penjelasan sesuai dengan permintaan konsumen”.¹⁰²

4. Sistem Pembayaran Sesuai Kesepakatan

Sistem pembayaran dalam setiap pemesanan maupun pembelian barang atau produk harus dilakukan sesuai kesepakatan sebagaimana jual beli melalui media sosial, dimana sistem pembayaran dengan akad *salam* dapat dilakukan secara tunai (*cash*) maupun melalui *transfer bank*, baik melakukan pelunasan pembayaran maupun pembayaran DP (*down payment*) untuk melanjutkan pemesanan barang atau produk.

5. Jelasnya Jumlah atau Ukuran

Jumlah, ukuran, atau takaran harus sesuai dengan yang sebenarnya. Sistem jual beli secara *online* ini sudah menyertakan deskripsi dari setiap produk yang dijual, sehingga jumlah dan ukuran dari produk kecantikan yang sudah tertulis jelas di deskripsi, baik dari segi jumlah maupun ukurannya. Dalam hal ini jumlah dan ukuran produk kecantikan *Non BPOM* (Badan Pengawas Obat dan Makanan)

¹⁰² Aulia Nafisah, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 28 April 2025

yang dijual di toko GO belum tertera deskripsi *ingridients* dan berat isi produk dalam kemasan. Sebagaimana menurut Ratih Arifatul Hasanah selaku owner toko GO mengatakan :

“ Untuk berat maupun komposisi cream penghilang flek ini belum ada karena memang kami menjualnya masih dalam keadaan polos”.¹⁰³

6. Tidak Adanya Khiyar (Pembatalan)

Akad *salam* harus bersifat mutlak sejak akad terjadi dan tidak boleh ada hak khiyar atau pembatalan dari salah satu pihak. Oleh sebab itu adanya pembayaran DP (*down payment*) di awal pemesanan salah satunya untuk menghindari adanya pembatalan sepihak. Akan tetapi pembeli boleh membatalkan pesanan selama pembeli belum membayar DP (*down payment*) atau masih dalam jangka waktu kurang dari 1x24 jam. Sebagaimana menurut Silvia Desiana selaku admin toko GO mengatakan :

“Jika konsumen sudah membayar DP (*down payment*) atau membayar lunas berarti konsumen setuju untuk melanjutkan proses pemesanan, dan pesananpun akan langsung kami proses jadi konsumen tidak bisa membatalkan pesanan dengan alasan sepihak. Kecuali jika pesanan masih belum membayar DP (*down payment*) maka itu boleh dibatalkan, karena pesanan yang belum membayar DP (*down payment*) masih belum kami proses”.¹⁰⁴

7. Tempat Penyerahan

Tempat penyerahan dalam setiap pembelian maupun pemesanan sesuai dengan kesepakatan antara penjual dan pembeli,

¹⁰³ Ratih Arifatul Hasanah, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 28 April 2025

¹⁰⁴ Silins Desiana, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 28 April 2025

baik tempat penyerahan produk diterima langsung ditempat para konsumen yang memesan maupun di ambil langsung di toko atau ditempat pemesanan tersebut. Sebagaimana menurut Ratih Arifatul Hasanah selaku owner toko GO mengatakan :

“Kalau untuk diterimanya barang tergantung permintaan konsumen, apakah mau diantarkan langsung kerumahnya atau mengambil sendiri ke toko, kalau lokasi konsumen masih daerah pakusari ongkos kirim biasanya kami gratiskan tapi kalau yang lumayan jauh akan dimintai ongkos kirim”.¹⁰⁵

Transaksi jual beli produk kecantikan melalui media sosial di Toko GO secara rukun maupun persyaratan jual beli sudah sesuai, karena penjual memberikan data yang mendetail mengenai objek barang yang diperdagangkan, serta hak khiyar harus diperhatikan dengan jelas dalam transaksi. Detail obyek barang meskipun tidak dicantumkan di produk, akan tetapi penjual kan memberikan penjelasan mengenai produk tersebut. Hal ini dilakukan agar konsumen mempunyai pandangan akan melanjutkan atau membatalkan pembelian produk .

Akad yang sesuai dalam transaksi ini adalah akad *salam*, di mana barang yang akan diperjualbelikan harus dijelaskan secara rinci. Setelah akad disepakati, barang yang telah disetujui akan dikirim kepada pembeli di kemudian hari. Akan tetapi dalam praktiknya proses jual beli ini menurut perspektif fiqh muamalah menjadi cacat karena adanya unsur *kemudharatan* pada produk kecantikan tersebut, dimana memungkinkan

¹⁰⁵ Ratih Arifatul Hasanah, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 28 April 2025

adanya bahan berbahaya atau kandungan komposisi tidak sesuai dengan takaran seharusnya. Sehingga jual beli produk kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) sebaiknya dihindari karena tidak sesuai dengan asas jual beli menurut fiqh muamalah dimana barang yang diperjual belikan harus bermanfaat (*mashlahah*) bagi masyarakat.

C. Pembahasan Temuan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui berbagai teknik seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi, serta dianalisis dengan mengacu pada teori-teori yang relevan, temuan penelitian ini akan disajikan secara sistematis sesuai dengan kondisi nyata yang teramati di lapangan mengenai: “Jual Beli Produk Kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) di Toko GO Melalui Media Sosial Perspektif Fiqh Muamalah” sebagai berikut :

1. Praktik Jual Beli Produk *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) di Toko GO Melalui Media Sosial

Praktik jual beli produk kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) di melalui media sosial khususnya di Toko GO adalah jual beli dengan sistem *offline* (pembelian di tempat/ toko) dan sistem *online* (media sosial). Adapun pembelian atau pemesanan pada setiap produk kecantikan yang tidak atau belum memiliki izin edar dari BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) lebih banyak di jual melalui media sosial karena jangkanya lebih luas dari pada pembelian secara *offline*.

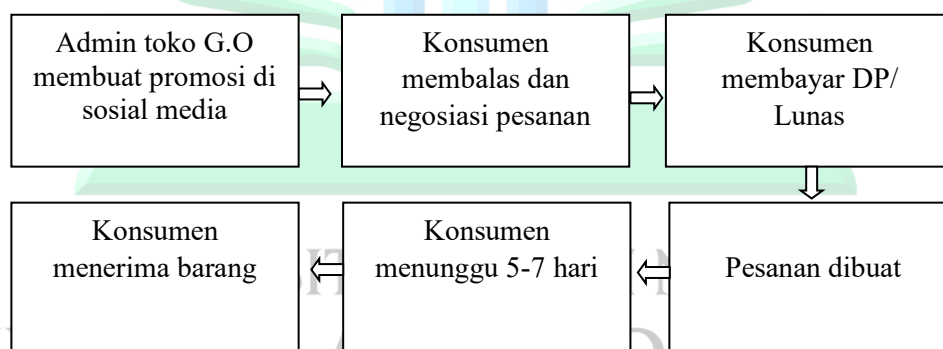
Adapun proses jual beli produk kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) melalui media sosial *Whatsapp* adalah sebagai berikut :

1. Penjual akan membuat media promosi produk kecantikan melalui sosial media yaitu *instagram* dan *Whatsapp*. Strategi promosi yang digunakan berupa postingan *stories instagram* dan *stories Whatapp* serta melalui postingan grup khusus pelanggan toko GO.
2. Kemudian para konsumen yang berminat dapat membeli atau memesan melalui media sosial tersebut, dengan cara menghubungi secara pribadi dengan mengirimkan pesan atau balasan *stories* yang diunggah oleh penjual.
3. Pada saat pemesanan, penjual akan memberikan penjelasan terkait deskripsi dan harga produk yang di pesan serta bisa konsultasi tentang jenis kulit wajah yang dialami dan juga penjual akan menjelaskan sistem pemesanan atau pembelian *online* dengan sistem PO (*pre-order*) serta adanya DP (*down payment*) terlebih dahulu dan pelunasan pembayaran setelah barang datang atau barang di terima.
4. Adapun konsumen yang sudah berlangganan, disediakan grup *WhatsApp* untuk mempermudah pemesanan, sehingga apabila hendak memesan konsumen langsung mengirimkan konfirmasi dengan mengisi daftar pemesanan di grup *WhatsApp* tersebut dan membayar DP (*down payment*) terlebih dahulu, pada saat proses pengiriman, apabila ada salah satu pelanggan yang sudah mendaftar tetapi belum membayar DP

(*down payment*), maka di agggap hangus dan pesanan tidak akan di proses.

5. Pemesanan produk berkisar antara 5-7 hari kerja, pada saat pengambilan atau penyerahan produk atau barang, maka akan di konfirmasi melalui *Whatsapp* grup (obrolan grup dalam aplikasi *whatsapp*), sedangkan yang memesan secara pribadi, maka akan dikonfirmasi secara pribadi juga begitupun sebaliknya.
6. Adapun penyerahan produk sesuai dengan kesepakatan, baik di antarkan ke tempat pembeli atau bisa mengambil secara langsung di toko sesuai kesepakatan penjual dan pembeli.

Berikut skema praktik jual beli produk kecantikan melalui media sosial di toko GO:



Gambar 4.2

Alur Jual beli di Toko GO

Dalam penelitian ini toko GO menggunakan dua akad dalam transaksi jual beli yaitu akad *salam* dan akad *istisna'*. Dikatakan menggunakan akad *salam* karena dalam praktik jual bei produk kecantikan tersebut melalui pemesanan dan pembayaran lunas diawal atau sebelum

barang sampai. Dan dikatakan menggunakan akad *istisna'* karena Toko GO dalam praktik jual beli produk kecantikannya menggunakan sistem pesanan dengan uang muka/DP.

Toko GO berniat untuk mendaftarkan produk kecantikan (*cream* penghilang flek hitam) tersebut agar memiliki izin edar BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan), akan tetapi untuk saat ini terdapat beberapa kendala salah satunya yaitu persyaratan masih belum lengkap. Oleh karena itu produk kecantikan berupa krim penghilang flek hitam yang di jual belikan di Toko GO belum tersedia di aplikasi *marketplace* seperti *shopee*, *lazada*, dan lain-lain.

Terdapat dua dampak atau pengaruh dari pemakaian produk kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) yaitu dampak positif dan negatif, sebagai berikut :

1. Dampak negatif pemakaian produk kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan)
 - a. Dapat berisiko bagi kesehatan, baik untuk kesehatan kulit maupun tubuh secara keseluruhan.
 - b. Dapat menyebabkan warna kulit menjadi putih pucat, produk kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) biasanya akan menghasilkan efek warna kulit yang pucat cenderung terlihat tidak sehat. Berbeda dengan produk yang sudah BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) yang menghasilkan efek kulit lebih sehat dan cerah alami.

- c. Memiliki efek ketergantungan, penggunaan produk kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) dalam jangka cukup panjang akan menimbulkan efek ketergantungan bagi penggunanya, sehingga apabila berhenti pemakaian produk dapat menimbulkan masalah pada kulit bahkan dapat menimbulkan efek yang lebih parah dari pada sebelumnya.
- d. Kulit tampak memerah jika terkena sinar matahari. Produk kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) tergolong rentan terhadap paparan sinar matahari, Hal ini sangat berisiko karena dapat menyebabkan efek panas yang berbahaya, gatal dan terbakar pada kulit.

2. Dampak positif pemakaian produk *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan)

Dampak positif yang dimaksud bukanlah hal positif yang sesungguhnya akan tetapi biasanya dampak positif yang dirasakan bersifat sementara. Dampak positif yang dirasakan yaitu efek perubahan yang dirasakan lebih cepat, seseorang yang memiliki masalah kulit yang sulit untuk disembuhkan misalnya masalah flek hitam yang disebabkan oleh faktor usia dan lain sebagainya.

Masalah kulit tersebut akan lebih mudah diatasi jika menggunakan produk kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan), hal ini disebabkan karena memang produk kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) memiliki bahan

yang jauh lebih kuat dari produk yang sudah BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) serta dosisnya lebih tinggi daripada produk kecantikan yang sudah BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan).

Pelaku usaha memproduksi produk kecantikan yang mengandung bahan kimia berbahaya dan tidak memiliki izin edar resmi dari BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) akan mendapatkan sanksi baik sanksi administratif maupun sanksi hukum bagi pelaku usaha. Pada dasarnya, akibat dari suatu perbuatan hukum timbul karena adanya hubungan aturan hukum yang menetapkan hak serta kewajiban sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh undang-undang. Jika hubungan tersebut dilanggar, maka akan menimbulkan akibat hukum.

Dalam hal ini, pelaku usaha produk kecantikan yang melakukan pelanggaran terhadap kewajiban sebagai pelaku usaha serta melanggar hak pembeli dengan memasarkan produk kecantikan yang tidak sesuai dengan standarisasi BPOM (Badan Pengawas Obat dan

Makanan) yang telah ditetapkan oleh peraturan Perundang-undangan, akan dikenakan sanksi hukuman berdasarkan Undang-Undang Nomor

36 Tahun 2009 Pasal 196 Tentang Kesehatan yang berbunyi :¹⁰⁶

“Setiap individu yang dengan sengaja memproduksi atau mengedarkan produk farmasi dan/atau alat kesehatan yang tidak memenuhi standar serta persyaratan keamanan, khasiat, manfaat, dan mutu sebagaimana diatur dalam Pasal 98 ayat (2) dan (3), dapat dikenakan hukuman penjara maksimal 10 (sepuluh) tahun dan denda hingga Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah)”.

¹⁰⁶ Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 Tentang Kesehatan, Pasal 196.

Sedangkan berdasarkan Peraturan Kepala BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) Republik Indonesia Tahun 2011 Tentang Pengawasan Pemasukan Kosmetika menyebutkan bahwa :¹⁰⁷

“Pemasukan kosmetika harus sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan memperoleh persetujuan dari Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Kosmetika yang beredar di Indonesia wajib memiliki izin edar dalam bentuk notifikasi. Jika pelaku usaha tidak memiliki izin edar yang dikeluarkan oleh BPOM, maka hal tersebut merupakan pelanggaran terhadap ketentuan hukum dan dapat dikenai sanksi administratif. Pasal 9 ayat (2) menjelaskan bahwa sanksi administratif tersebut meliputi: 1. Peringatan tertulis; 2. Larangan untuk mengedarkan kosmetika; 3. Penarikan kosmetika dari peredaran; 4. Pemusnahan kosmetika; dan 5. Penghentian sementara produk, pemasukan, serta peredaran kosmetika”.

Jika sengaja mengabaikan kewajiban izin edar sebagaimana dalam Undang-undang No 14 Tahun 2012 Tentang Pangan dalam pasal 142 Berbunyi :¹⁰⁸

“Pelaku usaha yang dengan sengaja tidak memenuhi kewajiban memperoleh izin dari BPOM dapat dijatuhi hukuman penjara sampai dengan 2 tahun atau dikenakan denda maksimal sebesar Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).”

2. Jual Beli Produk Kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) di Toko GO Melalui Media Sosial Perspektif Fiqh Muamalah

Dalam jual beli produk kecantikan (kosmetik) *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) menjadi objek akad yang belum diketahui

¹⁰⁷ Peraturan Kepala Badan POM Republik Indonesia Tahun 2011 Tentang Pengawasan Pemasukan Kosmetika.

¹⁰⁸ Undang-undang No 14 Tahun 2012 Tentang Pangan, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5360.

jelas kandungan bahan apa saja yang didalamnya, sehingga dikhawatirkan jual beli dengan akad ini berpotensi merugikan salah satu pihak dan mengandung unsur gharar, bertentangan dengan prinsip-prinsip syariat islam. Dalam kegiatan ekonomi, sangat penting untuk menghindari unsur gharar, baik yang ada dalam bentuk akad maupun dalam objek yang diperjanjikan.

Jual beli dapat dikatakan sah apabila telah memenuhi syarat dan rukun jual beli. Adapun jual beli produk kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) di Toko GO ialah termasuk jual beli menggunakan akad *salam* (pemesanan). Dalam akad *salam* terdapat syarat-syarat yang harus dipenuhi, sebagai berikut :¹⁰⁹

1. Ketetapan harga adalah harga barang ditetapkan dan harus jelas.
2. Ketetapan waktu penyerahan adalah waktu diterimanya barang yang dipesan harus ditentukan secara jelas dan pasti pada saat akad.
3. Spesifikasi barang adalah Sifat-sifat barang yang dipesan harus jelas

dan terperinci, dengan demikian, tidak akan ada keraguan atau perselisihan antara pihak penjual dan pembeli.. Oleh karena itu sebelum adanya pemesanan barang, penjual terlebih dahulu akan memberi tahu atau menjelaskan spesifikasi barang baik kelebihan maupun kekurangan produk tersebut, agar pembeli dapat mempertimbangkannya.

¹⁰⁹ Devi Listiana, "Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Penjualan Kosmetik Yang Belum Mendapatkan Sertifikat BPOM", (Skripsi, IAIN Metro, 2021), 61-62.

4. Sistem pembayaran sesuai kesepakatan adalah sistem pembayaran dalam setiap pemesanan maupun pembelian barang atau produk harus dilakukan sesuai kesepakatan sebagaimana dalam jual beli melalui media sosial, dimana sistem pembayarannya dapat dilakukan secara tunai (*cash*) maupun melalui *transfer bank*.
5. Jelasnya jumlah atau ukuran produk adalah jumlah, ukuran, atau takaran produk atau barang yang dipesan harus jelas dan sesuai dengan yang sebenarnya.
6. Tidak adanya hak *khiyar* (pembatalan) adalah akad *salam* harus bersifat mutlak dan tidak boleh tidak adanya hak khiyar atau pembatalan dari salah satu pihak. Pembatalan pesanan boleh dilakukan apabila konsumen atau pembeli berubah pikiran atau dengan alasan lainnya selama tidak ada pihak yang dirugikan. Oleh karena itu untuk menghindari hal tersebut, pemesanan produk kecantikan di Toko GO harus membayar DP (*down payment*) terlebih dahulu.

Adapun syarat umum jual beli, agar jual beli produk kecantikan (kosmetik) dianggap sah menurut pandangan fiqh muamalah (*syara'*), sebagai berikut :¹¹⁰

1. Ketidakjelasan (*Jahalah*) adalah adanya unsur ketidakjelasan baik jenis, macam, jumlah, dan harga barang.

¹¹⁰ Devi Listiana, "Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Penjualan Kosmetik Yang Belum Mendapatkan Sertifikat BPOM", (Skripsi, IAIN Metro, 2021), 61-62.

2. Pemaksaan (*ikrah*) adalah pemaksaan terhadap seseorang untuk melakukan sesuatu yang bukan menjadi kehendaknya. Baik pemaksaan terhadap penjual maupun pembeli.
3. Pembatasan dengan waktu (*khiyar syarat*) adalah melewati pembatasan waktu yang telah disepakati. Khiyar syarat diperbolehkan dalam islam selama jangka waktu jelas dan disepakati antara para pihak.
4. Penipuan (*Tadlis*) adalah adanya ketidakjujuran baik penjual terhadap barang yang dijualnya maupun pembeli terhadap alat tukar jual beli.
5. Keburukan (*mudharat*) adalah terdapat unsur *kemudharatan* yang merugikan salah satu pihak.

Syarat-syarat yang merusak antara lain yaitu:

1. Syarat yang membatalkan tujuan utama transaksi jual beli, contohnya syarat yang membatalkan hak pembeli untuk mengembalikan barang cacat.
2. Syarat yang menggantungkan akad pada hal yang belum pasti terjadiannya, misalnya akad jual beli dengan syarat penjual bepergian.
3. Syarat yang menyebabkan salah satu pihak terbebani atau berada dalam posisi yang sulit (*syiqaq*).

Adapun rukun dalam jual beli akad *salam* di Toko GO sebagai berikut:

1. *Muslim* (pembeli) adalah konsumen atau pemakai produk kecantikan (kosmetik) *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) tersebut.

2. *Muslam ilaih* (penjual) adalah pihak yang menyediakan barang pesanan yaitu Toko GO.
3. Modal atau uang yaitu dalam setiap penjual maupun pembeli harus memiliki uang atau nilai tukar pengganti barang.
4. *Muslan fiih* adalah barang yang dijual belikan. Barang harus jelas dalam hal ini yaitu produk kecantikan berupa krim penghilang flek hitam atau produk kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan).
5. *Shigat* adalah ijab dan qabul. Dalam proses jual beli suatu produk kecantikan (kosmetik), harus ada kesepakatan yang diungkapkan dengan jelas mengenai tujuan antara pihak, sebagaimana di Toko GO dapat berkonsultasi terkait jenis kulit wajah atau hanya sekedar tanya jawab tentang produk kecantikan (kosmetik) tersebut.
6. Tempat penyerah, sebagaimana di Toko GO penyerahan produk sesuai dengan kesepakatan, baik di antarkan ke tempat pembeli atau bisa mengambil secara langsung di toko sesuai kesepakatan penjual dan pembeli

Dalam FATWA DSN MUI NO:05/ DSN-MUI/IV/2000 tentang jual beli *salam* ketentuan barang harus meliputi :

1. Harus jelas ciri-cirinya dan dapat diakui sebagai hutang
2. Harus dijelaskan spesifikasinya
3. Penyerahannya dilakukan kemudian
4. Waktu dan tempat penyerahan barang harus berdasarkan kesepakatan

5. Pembeli tidak boleh menjual barang sebelum menerimanya
6. Tidak boleh menukar barang, kecuali barang yang ditukarkan sejenis sesuai kesepakatan.

Dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah Pasal 21 tentang asas-asas akad yaitu :¹¹¹

- a. pasal 21 (a) berbunyi "*ikhtiyari* sukarela, setiap akad dilakukan atas kehendak para pihak serta terhindar dari keterpaksaan karena tekanan dari salah satu pihak atau pihak lain".
- b. Pasal 21 (c) berbunyi "saling menguntungkan, setiap akad dilakukan untuk memenuhi kepentingan para pihak sehingga tercegah dari praktik manipulasi dan merugikan salah satu pihak.
- c. Pasal 21 (f) berbunyi "taswiyah (kesetaraan), para pihak dalam setiap akad memiliki kedudukan yang setara, dan mempunyai hak dan kewajiban yang seimbang".
- d. Pasal 21 (k) berbunyi "sebab yang halal, tidak bertentangan dengan hukum, tidak dilarang oleh hukum dan tidak haram".

Oleh karena itu dalam akad transaksi jual beli kosmetik yang belum mendapatkan sertifikat BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) tidak sesuai dengan asas-asas transaksi tersebut.

- a. Para penjual tidak menyertai tanggal kadaluarsa.
- b. Tidak mengetahui keterangan mengenai bahan yang terkandung dalam produk.

¹¹¹ Devi Listiana, "Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Penjualan Kosmetik Yang Belum Mendapatkan Sertifikat BPOM", (Skripsi, IAIN Metro, 2021), 62-63.

- c. Tidak adanya keterangan halal dan ber BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan).

Hal ini tentu dapat merugikan salah satu pihak, yaitu pembeli, karena:

- a. Pembeli tidak mengetahui dengan jelas sifat dari kosmetik yang digunakan, yang dapat berpotensi menimbulkan bahaya atau kerugian bagi kesehatan.
- b. Penjual seharusnya memiliki kewajiban untuk menjelaskan secara rinci bahan-bahan yang terkandung dalam produk kosmetik yang dijual, sementara pembeli juga memiliki hak untuk bertanya mengenai produk yang akan dibeli. Dengan demikian, kedudukan antara penjual dan pembeli dalam transaksi ini seharusnya setara.
- c. Jual beli kosmetik ini bertentangan dengan prinsip-prinsip Fiqh Muamalah, karena kemasan produk tersebut tidak mencantumkan label halal dan nomor BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan), yang merupakan hal penting dalam memastikan keabsahan dan keamanan produk.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian ini dan pembahasan yang peneliti lakukan terkait Jual Beli Produk Kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) di Toko GO Melalui Media Sosial Perspektif Fiqh Muamalah” sebagai berikut :

1. Praktik Jual Beli Produk *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) di Toko GO Melalui Media Sosial merupakan jual beli produk kecantikan yang belum memiliki izin dari BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) dalam hal ini promosi dan media jual belinya menggunakan media sosial yaitu *instagram* dan *whatsaap*. Praktik jual beli produk kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) di Toko GO adalah sebagai berikut :

1. Toko GO mengunggah produk kecantikan di media sosial
2. Pembeli mengetahui spesifikasi produk kecantikan yang akan dibeli melalui media sosila yang di unggah di media sosial
3. Kemudian akan terjadi negosiasi antara penjual dan pembeli mengenai kualitas dan kuntitas barang, selanjutnya pembeli setuju untuk melanjutkan transaksi dengan membayar DP (*down payment*) terlebih dahulu atau membayar lunas
4. Selanjutnya penjual akan memproses pesanan dan pembeli akan menerima barang pada kurun waktu 5-7 hari setelah pemesanan.

5. Barang telah siap akan diantarkan ke rumah pemesan atau pembeli mengambil barang di toko sesuai dengan kesepakatan awal antara penjual dan pembeli.

Dalam praktik jual beli di GO akad yang digunakan yaitu akad *salam* dan *istisna'* yaitu pemesanan barang berupa produk kecantikan dengan membayar penuh diawal kemudian barang sampai di kemudian hari dan pembayaran DP (*Down Payment*) atau angsuran sampai barang diterima.

2. Jual Beli Produk Kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) di Toko GO Melalui Media Sosial Perspektif Fiqh Muamalah merupakan transaksi telah memenuhi syarat dan rukun dalam akad *salam*. Akad *salam* hukumnya sah menurut FATWA DSN MUI N0:05/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli *Salam*. Akan tetapi dalam praktiknya proses jual beli ini menjadi cacat karena adanya unsur *kemudharatan* pada produk kecantikan tersebut, karena memungkinkan adanya bahan berbahaya atau kandungan bahan yang tidak sesuai dengan takaran yang seharusnya. Sehingga jual beli produk kecantikan yang tidak memiliki izin edar resmi dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dapat dikategorikan sebagai perbuatan yang haram. Hal ini disebabkan karena produk yang tidak terdaftar di BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) tidak memiliki jaminan keamanan, kualitas, dan kehalalan, sehingga berpotensi membahayakan kesehatan konsumen. Dalam kaidah fiqh disebutkan bahwa segala bentuk transaksi yang mengandung unsur *gharar* (ketidakjelasan), *dharar* (bahaya), dan penipuan (*tadlis*) adalah

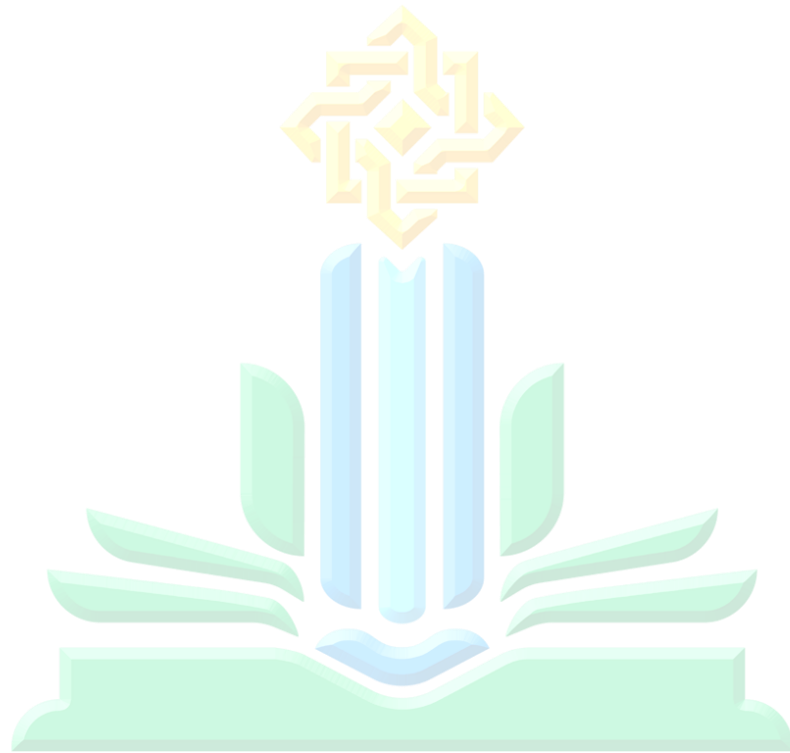
dilarang. Oleh karena itu, memperjualbelikan produk kecantikan yang tidak terverifikasi keamanannya termasuk dalam kategori jual beli yang tidak sah secara syar'i dan bertentangan dengan prinsip perlindungan terhadap jiwa (*hifzh al-nafs*) dalam maqashid al-syariah.

B. Saran

Berdasarkan temuan dan analisis data penelitian, peneliti mengajukan beberapa rekomendasi kepada masyarakat sebagai bahan pertimbangan dalam pelaksanaan kegiatan tersebut. Rekomendasi ini khusus ditujukan kepada para pihak yang terlibat dalam transaksi jual beli produk kecantikan tanpa izin BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan), sebagai berikut:

1. Peneliti menyarankan kepada konsumen, jika ingin membeli suatu produk kecantikan sebaiknya memastikan terlebih dahulu aman tidaknya bagi kesehatan. Hal ini dilakukan demi kemaslahatan bersama agar tidak ada pihak yang dirugikan.
2. Peneliti menyarankan kepada penjual agar dalam menjual suatu produk kecantikan, agar memperhatikan kandungan apa aja yang terkandung dalam produk kecantikan tersebut. Dan agar penjual terlebih dahulu mengajukan perizinan untuk produk kecantikan sebelum produk kecantikan tersebut dipasarkan.
3. Peneliti menyarankan kepada masyarakat, khususnya penjual dan konsumen dalam melakukan transaksi jual beli. Diharapkan mampu memahami berbagai akad yang berlaku dalam pelaksanaan jual beli secara benar.

dan sesuai dengan fiqh muamalah. Agar segala sesuatu yang dilakukan khususnya transaksi sesuai dengan syara' dan mendapatkan keridhoan dari Allah SWT.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Ahmad, Hasan Said. *Tafsir Ahkam Ekonomi Dalam AL-Qur'an*. Lampung: Syariah Press, 2021.

Aziz, Abdul Muhammad Azam. *Fiqh Muamalah Sistem Transaksi dalam Islam*. Jakarta: AMZAH, 2010.

Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 26 Tahun 2013.

Haroen, Nasrun. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama. 2007.

Haynes, Alison. *Dibalik Wajah Cantik: Fakta Tentang Manfaat Dan Resiko Kosmetik*. Jakarta: Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, 1997.

Hidayat, Rahmat. *Fikih Muamalah*. Medan: CV. Tungga Esti, 2022.

H.S, Salim. *Hukum Kontrak Teori Dan Teknik Penyusunan Kontrak*. Jakarta: Sinar Grafika, 2023.

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI).

K. Lubis, Suhrawardi dan Farid Wajdi. *Hukum Ekonomi Islam*. Jakarta timur: Sinar Grafika, 2012.

Kurnia, Prilia Ningsih. *Fiqh Muamalah*. Depok: Pt Grafindo Persada, 2021.

Mardani. *Fiqh Ekonomi Syariah*. Jakarta: Kencana, 2013.

Mardawani, *Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar Dan Analisis Data Dalam Perspektif Kualitatif*. Sleman: Deepublish, 2020.

Muhammad, Arrifa'i dan Nasih. *Kemudahan Dari Allah: Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir Jilid 1*. Jakarta: Gema Insani, 1999.

Muttaqin, Azhar. *Transaksi E-Commerce Dalam Tinjauan Hukum Islam*, Malang: lp. Universitas muhamadiah, 2009.

Prasetyo, Yoyok. *Ekonomi Syariah*. Bandung: Aria Mandiri Group, 2018.

Prastowo, Andi. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar Ruzz Media, 2012.

- Ramadhani, Dadan. dkk. *Ekonomi Islam Akuntansi Dan Perbankan Syariah Filosofi Dan Praktis Di Indonesia dan Dunia*. Boyolali: CV. Markumi, 2019.
- Rozalinda. *Fiqh Ekonomi Syariah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016.
- Subairi. *Fiqh Muamalah*. Pamekasan: Duta Media, 2017.
- Sudarto. *Ilmu Fikih: Refleksi Tentang Ibadah, Muamalah, Munakahat dan Mawaris*. Yogyakarta: Budi Utama, 2018.
- Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- Surya, Hariman dan Koko. *Fikih Muamalah Teori dan Implementasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019.
- Syafe'i, Rachmat. *Fiqh Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia, 2001.
- Tim penyusun. *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah*. Jember: UIN KHAS Jember, 2023.
- Waluyo, Bambang. *Penelitian Hukum Dalam Praktek*. Jakarta, Sinar Grafika, 2002.
- Wardi, Ahmad Muslich. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Amzah, 2019.
- W Onno Purbo, Anang Arief Wahyudi. *Mengenal e-Commerce*, Jakarta: Alex Media Computendo, 2000.

Jurnal

- Ardi, Muhammad. "Asas-Asas Perjanjian (Akad), Hukum Kontrak Syariah dalam Penerapan *Salam* dan *Istisna*". *Jurnal Syariah dan Hukum*, Vol. 14, Nomor 2, (Desember 2016): 268-269.
<https://doi.org/10.35905/diktum.v14i2.237>
- Eriyanti, Nahara. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pembelian Kosmetik Secara *Online* Perspektif Mabi' dalam Aqad Ba'i *Salam*". *Jurnal UIN Ar-Raniry* (Banda Aceh, 2020).
<http://dx.doi.org/10.21043/tawazun.v3i1.7848>
- Haryanti, Retno , Auliya dan Marline. "Artikel Ulasan: Tinjauan Bahan Berbahaya Dalam Krim Pencerah Kulit," *Jurnal Kecantikan*

- Farmaka*. Vol. 16 No.2, (Bandung 2018): 216-217, <https://doi.org/10.24198/jf.v16i2.16932.g8801>.
- Ibnu, Muhammad Faruk Fauzi. "Jual Beli *Online* Bentuk Muamalah Di Masa Modern Ditinjau Dalam Hukum Islam", *Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam*, Vol.3 No.1,(2023),24.
- Kadek, Ni Diah,. Sri Pratiwi., Made Nurmawati. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Produk Kosmetik Impor Tanpa Izin Edar yang Dijual Secara *Online*", *Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 7 No. 5, (2019): 8. <https://jurnal.harianregional.com/kerthasemaya/full-48445>
- Muhammad, Rusnadi., Rusli. "Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif Dan Studi Kasus", *Jurnal Pendidikan dan Studi Islam* Vol.2 No.1, (2021):3. <https://doi.org/10.55623/au.v2i1.18>
- Nasirwan, Mhd. "Tinjauan Hukum Ekonomi Islam Terhadap Peredaran Krim Wajah Tanpa Nomor Registrasi Badan Pengawasan Obat Dan Makanan". *Jurnal Mediasas Ilmu Syariah Dan Akhwal Al-Syakhshiyyah*. Vol.5, No.2. (2022):178. <https://www.journal.staisar.ac.id/index.php/mediasas/issue/view/7>
- Nur, Tira Fitria. "Bisnis Jual Beli *Online* (*Online Shop*) dalam Hukum Islam dan Hukum Negara". *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 3 No.01, (2017): 55-59. <https://doi.org/10.29040/jiei.v3i01.99>
- Pancaningsih, Rahayu. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Penjualan Produk Kecantikan Pada *Online Shop* Kumara Store Di Sukoharjo". *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce* Vol.1 No.4 (2022): 136.<http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=3305599&val=29005&title=Pengaruh%20Media%20Sosial%20Terhadap%20Penjualan%20Produk%20Kecantikan%20Pada%20Online%20Shop%20Kumara%20Store%20Di%20Sukoharjo>
- Perwira, Dicky Ompusunggu. "Pemanfaatan *Instagram* Sebagai Media Promosi Kosmetik Hi.Makeup Di Kota Palangkaraya". *Journal Inovasi Hasil Penelitian dan Pengembangan*, Vol.3 No.2, (2023): 102.<https://doi.org/10.51878/knowledge.v3i2.2265>
- Saprida. "Akad *Salam* Dalam Transaksi Jual Beli" *Jurnal Ilmu Syariah*, Vol. 2 No.1, (2017):125. <http://dx.doi.org/10.32507/mizan.v4i1.177>
- Sri, Neni Imaniyati."Asas dan Jenis Akad dalam Hukum Ekonomi Syariah: Impismentasinya pada Usaha Bank Syariah". *Jurnal Mimbar*, Vol. XXVII, No. 2, (2011):153. <https://doi.org/10.29313/mimbar.v27i2.323>

Syifaul, Moh Hisan. "Riba dan Bunga dalam Kontrak Syariah". *Jurnal studi Al-Qur'an dan Hukum*, Vol. V No. 02, 9 (November 2019): 259.

https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=fuscMUwAAAAJ&citation_for_view=fuscMUwAAAAJ:9yKSN-GCB0IC

V, Yusa, De. "Pengaruh Motif Rasional dan Motif Emosional Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Blackberry di Bandar Lampung". *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, Vol. 9 No. 2, (2015).

<https://fe.ummetro.ac.id/ejournal/index.php/JM/article/viewFile/40/34>

Skripsi

Abadih, Minani. "Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Kosmetik Tanpa Label Bpom Di Toko Firliyana Kecamatan Wuluhan Kabupaten Jember". Skripsi, UIN KHAS Jember, 2022.

Arti. "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen Produk Kosmetik Yang Tidak Terdaftar BPOM", Skripsi, UIN Alauddin Makassar, 2018.

Hastuti, Tri. "Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Kosmetik Waterproof (Studi di Siger Beauty Bandar Lampung)". Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2021.

Listiana, Devi. "Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Penjualan Kosmetik Yang Belum Mendapatkan Sertifikat BPOM". Skripsi, IAIN Metro, 2021.

Mahadika, Zhafran Pratama. "Hukum Islam Tentang Jual Beli Handbody Tanpa Label BPOM (Studi Kasus Transaksi *Online* Produk Kyantik Skincare)". Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2019.

Nur, Rezky Amelia. "Peran Balai Besar Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Dalam Pengawasan Kosmetik Tanpa Izin Edar di Kota Makassar". Tesis Universitas Negeri Makassar, 2018.

Website

"Jual Beli Dalam Islam: Pengertian, Hukum, Syarat, & Macamnya", OCBC *online*, 26 Oktober, 2023. Diakses Mei 09, 2025.

<https://www.ocbc.id/id/article/2023/10/27/jual-beli-dalam-islam>.

Putri, Alifia Yudanti dan Ristiana D. Putri. Kompas.com, Juni 29, 2022 "Apakah Skincare *Non*-BPOM Aman Digunakan?". diakses 26 April 2025.

<https://lifestyle.kompas.com/read/2022/06/29/125051820/apakah-skincare-non-bpom-aman-digunakan>.

Rizki, Anisa Febriani. "Mengenal Akad Jual Beli Dan Jenisnya". Detik Hikmah, Agustus 2024, diakses Mei 09, 2025.

<https://www.detik.com/hikmah/khazanah/d-7467267/mengenal-akad-jual-beli-dalam-islam-dan-jenisnya>.

Sabilla Salsabilla. "Edarkan Produk Pangan Tanpa Syarat Izin BPOM Bisa Dipidana?", Prolegal.id. Juli 2024. diakses 26 April 2025

<https://prolegal.id/edarkan-produk-pangan-tanpa-syarat-izin-bpom-bisa-dipidana/>.

Tempo Scan. diakses Mei 20, 2024.

<https://www.temposcangroup.com/id/produk-layanan/cosmetic>

Tim Hukum *Online*," Cara Mengecek BPOM Kosmetik Asli atau Palsu" 2024, diakses April 27, 2024.

<https://www.hukumonline.com/berita/a/cara-mengecek-bpom-kosmetik-asli-atau-palsu>,

Undang-Undang RI

Badan Pengawas Obat Dan Makanan Republik Indonesia. Keputusan Kepala Badan Pengawas Obat Dan Makanan Republik Indonesia Nomor HK.00.05.4.1745 Tentang Kosmetik..

Mahkamah Agung Republik Indonesia Direktorat Jenderal Badan Peradilan Agama Tahun 2011 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah,.Buku II Tentang Akad.

Sekretariat Negara Republik Indonesia. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Sekretariat Negara Republik Indonesia Undang-undang No 14 Tahun 2012 Tentang Pangan..

Sekretariat Negara Republik Indonesia. Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 Tentang Kesehatan..

Terjemah Al-Qur'an

Al-qur'an dan *Terjemahannya*, Jakarta: Kementerian Agama Republik Indonesia, 2023.

Wawancara

Aulia Nafisah, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 28 April 2025

Linda Sulastri, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 29 April 2025

Nasiha, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 27 April 2025

Ratih Arifatul Hasanah, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 28 April 2025

Silvia Desiana, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 28 April 2025

Siti Fatimah, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 28 April 2025

Sunarti, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 29 April 2025



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Lu'luatul Mukarromah
NIM : 204102020072
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah
Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq

Jember

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar Pustaka. Apabila di kemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Jember, 23 Juni 2025
Saya yang menyatakan,



Lu'luatul Mukarromah
NIM: 204102020072

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS SYARIAH

Jl. Mataram No. 1 Mangli, Jember, Kode Pos 68136 Telp. (0331) 487550 Fax (0331) 427005
e-mail: syariah@uinkhas.ac.id Website: www.fsyariah.uinkhas.ac.id



No : B-006/Un.22/D.2/KM.00.10.C/ 5/2025
Hal : Permohonan Izin Penelitian Lapangan

19 Mei 2025

Yth. : Toko GO di Pakusari, Jember
Di
Tempat

Diberitahukan dengan hormat bahwa untuk penyelesaian Program Sarjana Strata Satu di Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, mohon berkenan kepada Bapak/Ibu pimpinan untuk memberikan izin kegiatan penelitian lapangan untuk skripsi kepada mahasiswa berikut :

Nama : Lu'luatul Mukrromah
NIM : 204102020072
Semester : 10 / Sepuluh
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Jual Beli Produk Kecantin Non BPOM Melalui Media Sosial Perspektif Fiqh Muamalah

Demikian surat permohonan ini, atas perhatian dan kerjasamanya, disampaikan terimakasih.

Dekan,



Wildani Hefni

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



Surat Keterangan Izin Penelitian

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Ratih Arifatul Hasanah
Jabatan : Owner/Pemilik Toko
Nama Toko : GO (inisial)

Menyatakan bahwa saudara,

Nama : Lu'luatul Mukarromah
Jenis kelamin : Perempuan
NIM : 204102020072
Jurusan/Prodi : Hukum Ekonomi Syariah

Nama tersebut telah selesai melakukan penelitian yang berhubungan dengan judul skripsi : "Jual Beli Produk Kecantikan *Non* BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) Di Toko GO Melalui Media Sosial Perspektif Fiqh Muamalah".

Demikian surat ijin ini kami buat dengan sebenarnya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 7 Juli 2025

Toko GO



Ratih Arifatul Hasanah
Owner/Pemilik Toko

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

No	Tanggal	Jenis Kegiatan	Nama Informan
1.	27 April 2025	Melakukan wawancara dengan konsumen	Nasiha
2.	28 April 2025	Melakukan wawancara dengan owner Toko GO	Ratih Arifatul Hasanah
3.	28 April 2025	Melakukan wawancara dengan Admin Toko GO	Silvia Desiana
4.	28 April 2025	Melakukan wawancara dengan Karyawan Toko GO	Aulia Nafisah
5.	28 April 2025	Melakukan wawancara dengan konsumen	Siti Fatimah
6.	29 April 2025	Melakukan wawancara dengan konsumen	Linda Sulastri
7.	29 April 2025	Melakukan wawancara dengan konsumen	Sunarti

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Pedoman Wawancara

1. Pelaku Usaha

- 1) Nama Toko :
- 2) Nama Owner :
- 3) Daftar Nama Karyawan :
- 4) Sejak kapan toko GO didirikan?
- 5) Apa saja yang dijual di toko GO?
- 6) Produk kecantikan apa saja yang dijual di toko GO?
- 7) Apakah semua produk kecantikan yang dijual semua sudah mendapatkan izin dari Badan POM?
- 8) Apakah pelaku usaha tidak ingin mendaftara produknya ke Badan POM? Mengapa?
- 9) Bagaimana praktik jual beli produk kecantikan *Non* BPOM yang ada di toko GO?
- 10) Akad apa saja yang digunakan dalam transaksi jual beli tersebut?
- 11) Dari kalangan mana saja konsumen produk kecantikan *Non* BPOM tersebut?
- 12) Apa tujuan pelaku usaha menjual produk kecantikan tersebut?
- 13) Produk kecantikan tersebut berbentuk seperti apa? Cairan, lotion, atau krim?

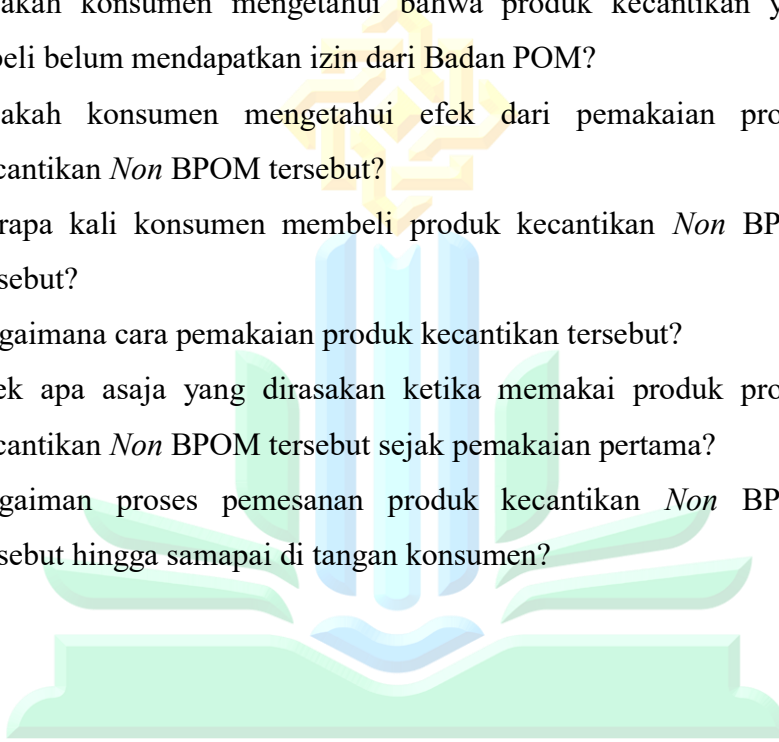
2. Karyawan Toko GO

- 1) Nama :
- 2) Sejak kapan mulai bekerja di toko GO?
- 3) Apakah karyawan mengetahui toko GO menjual produk kecantikan *Non* BPOM?
- 4) Bagaimana sistem jual beli produk kecantikan *Non* BPOM di toko GO?

3. Konsumen

- 1) Nama :
- 2) Usia :

- 3) Dimana membeli membeli produk kecantikan *Non* BPOM tersebut?
- 4) Dari mana konsumen mengetahui bahwa toko tersebut menjual produk kecantikan *Non* BPOM?
- 5) Apa motivasi konsumen membeli produk kecantikan *Non* BPOM tersebut?
- 6) Apakah konsumen mengetahui bahwa produk kecantikan yang dibeli belum mendapatkan izin dari Badan POM?
- 7) Apakah konsumen mengetahui efek dari pemakaian produk kecantikan *Non* BPOM tersebut?
- 8) Berapa kali konsumen membeli produk kecantikan *Non* BPOM tersebut?
- 9) Bagaimana cara pemakaian produk kecantikan tersebut?
- 10) Efek apa saja yang dirasakan ketika memakai produk produk kecantikan *Non* BPOM tersebut sejak pemakaian pertama?
- 11) Bagaiman proses pemesanan produk kecantikan *Non* BPOM tersebut hingga samapai di tangan konsumen?



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DOKUMENTASI



Wawancara dengan Ibu Nasiha (konsumen) 27 April 2025



Wawancara dengan Ratih Arifatul Hasanah (owner) 28 April 2025



Wawancara dengan Silvia Desiana (admin) dan Aulia Nafisah (karyawan) 28 April 2025



Wawancara dengan Siti Fatimah (konsumen) 28 April 2025



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BIODATA PENULIS



Nama : Lu'luatul Mukarromah
Tempat/Tanggal Lahir : Jember, 08 Agustus 2001
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
NIM : 204102020072
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah
Alamat : Dusun Krajan, Pakusari,
Pakusari-Jember

Email : lulukaromah08@gmail.com

Riwayat Pendidikan

TK : TK Bhakti Lestari (2007)
SD : SDN Pakusari 02 (2014)
SMP : Mts. Miftahul Ulum Kalisat (2017)
SMA : MA. Miftahul Ulum Kalisat (2020)