

Salma Nada Firdauzy, Mohamad Ali Hisyam: Tinjauan UU No. 8 Tahun 1999 dan Fatwa MUI No. 26 Tahun 2013 Terhadap Bisnis Kosmetik Di Kecamatan Kamal Kabupaten Bangkalan.

## **TINJAUAN UU NO. 8 TAHUN 1999 DAN FATWA MUI NO. 26 TAHUN 2013 TERHADAP BISNIS KOSMETIK HALAL DI KECAMATAN KAMAL KABUPATEN BANGKALAN**

Salma Nada Firdauzy<sup>1</sup>, Mohamad Ali Hisyam<sup>2</sup>

### **Abstrak**

Bisnis kosmetik banyak digemari oleh pelaku usaha, namun banyak pelaku usaha dalam menjalankan bisnis kosmetik ini belum sesuai dengan aturan Pemerintah. Sering kali konsumen merasa dibohongi akibat produk yang dijual oleh pelaku usaha belum terjamin keamanannya dan bahan yang terkandung belum jelas. Tujuan penelitian ini untuk mengkomparasikan antara Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 dan Fatwa MUI Nomor 26 Tahun 2013 pada dua toko kosmetik yang ada di Kecamatan Kamal Kabupaten Bangkalan. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif lapangan yang bersifat analisis deskriptif komparatif dengan menggunakan pendekatan yuridis normatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa praktik bisnis kosmetik yang dilakukan oleh dua toko kosmetik yang ada di daerah Kamal telah menerapkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan untuk penerapan Fatwa MUI tentang standar kehalalan produk kosmetik Fazo Store belum menerapkan Fatwa ini sedangkan MS Glow Nindy Agen Store telah menerapkan Fatwa ini.

Kata Kunci: Bisnis, Kosmetik, Pelaku Usaha

### **Abstract**

*The cosmetic business is much favored by business actors, but many business actors in running the cosmetic business have not complied with government regulations. Consumers often feel cheated because the products sold by business actors are not guaranteed to be safe and the ingredients contained are not clear. The purpose of this study is to compare Law Number 8 of 1999 and MUI Fatwa Number 26 of 2013 on two cosmetic shops in Kamal District, Bangkalan Regency. This type of research is a field qualitative research with comparative descriptive analysis using a normative juridical approach. The results of this study indicate that the cosmetic business practices carried out by two cosmetic shops in the Kamal area have implemented the Consumer Protection Act and for the application of the MUI Fatwa regarding halal standards for cosmetic products, Fazo Store has not implemented this Fatwa while MS Glow Nindy Agen Store has implement this Fatwa.*

*Keywords: Business, Cosmetics, Business Actor*

---

<sup>1</sup> Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia

<sup>2</sup> Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia  
Salmanada136@gmail.com

## PENDAHULUAN

Bisnis adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok dengan menyediakan barang dan jasa dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan.<sup>3</sup> Bisnis dalam Islam merupakan bisnis yang dilakukan dengan prinsip-prinsip syariah yaitu mengutamakan halal dan haram dengan mengikuti perintah Allah dan menjauhi larangannya. Suatu bisnis tidak akan berjalan apabila tidak ada konsumen. Konsumen adalah semua pemakai barang atau jasa baik yang digunakan langsung habis, maupun dijadikan sebagai alat perantara untuk memproduksi selanjutnya.<sup>4</sup> Hukum Islam mengatur enam hak konsumen yang harus diperhatikan untuk pelaku usaha, yaitu: hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jujur, adil, dan terhindar dari pemalsuan, hak untuk mendapatkan keamanan produk dan lingkungan sehat, hak untuk mendapatkan advokasi dan penyelesaian sengketa, hak untuk mendapatkan perlindungan dari penyalah-gunaan keadaan, hak untuk mendapatkan ganti rugi akibat negatif dari suatu produk, hak untuk memilih dan memperoleh nilai tukar yang wajar.<sup>5</sup>

Seorang konsumen, hendaknya sebelum membeli alangkah baiknya mencari kelengkapan informasi produk atau barang yang akan dibeli serta mengetahui kelebihan dan kekurangannya sehingga dapat menemukan daya tarik pada produk atau barang yang akan dipilih. Di zaman yang canggih saat ini, banyak pelaku bisnis yang mempromosikan produknya secara online melalui *platform* sosial media seperti instagram, facebook, shopee, tokopedia, blibli, dan lain sebagainya. Hal ini menjadi masalah karena sering terjadi penipuan kepada konsumen. Dalam perkembangannya, pelaku usaha cenderung mengabaikan hak-hak konsumen dan memanfaatkan kelemahan konsumen. Pelaku usaha secara bebas memproduksi suatu produk dengan tidak mengikuti standar yang telah ditentukan oleh pemerintah, melakukan promosi pada produk-produknya dan memanfaatkan ketidak-tahuan konsumen mengenai hak-hak mereka. Namun masalah ini telah diatur oleh UU No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Dalam Pasal 19 pelaku usaha wajib bertanggung jawab untuk memberikan ganti rugi atas adanya kerusakan, kerugian konsumen akibat mengkonsumsi/membeli barang yang diperdagangkan.

Di era modern saat ini, penggunaan kosmetik semakin berkembang pesat seiring dengan banyaknya edukasi untuk merawat dan menjaga kulit agar tampil maksimal di depan khalayak umum. Dengan perkembangan zaman yang semakin maju, bisnis kosmetik tampaknya

---

<sup>3</sup> Fakhry Zamzam dan Havis Aravik, *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 1.

<sup>4</sup> Ibid, 26.

<sup>5</sup> Ibid, 26.

mulai banyak digemari oleh pelaku usaha. Industri kecantikan mulai berlomba-lomba mengeluarkan produk untuk menangani segala jenis permasalahan kulit. Tetapi ada satu hal yang sering di lupakan yaitu bahan dan kandungan yang digunakan serta standar kehalalannya. Sebagian besar penggunaan kosmetik adalah kaum hawa, banyak dari mereka memilih produk kosmetik yang masih belum jelas kehalalannya. Hal ini harus diwaspadai oleh kita khususnya kaum hawa sebagai pengguna kosmetik terbanyak. Kehalalan suatu produk kosmetik harus dinomor satukan agar kita sebagai konsumen selalu mendapat keberkahan dan ridha Allah dalam menggunakan produk kosmetik dengan halal.

Di kawasan Bangkalan sendiri, terdapat beberapa tempat yang menjual produk kosmetik. Namun, peneliti masih belum mengetahui apakah para pelaku bisnis kosmetik di Bangkalan telah menjalankan praktik bisnis jual beli kosmetik yang sesuai dengan UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?. Apakah para pelaku bisnis telah menjual produk kosmetik sesuai dengan standar kehalalan Fatwa MUI No. 26 Tahun 2013?.

Sehingga penulis merumuskan masalah pada penelitian ini yaitu (1) Bagaimana tinjauan UU No. 8 Tahun 1999 terhadap praktik bisnis kosmetik di Kecamatan Kamal Kabupaten Bangkalan? (2) Bagaimana tinjauan Fatwa MUI No. 26 Tahun 2013 terhadap praktik bisnis kosmetik halal di Kecamatan Kamal Kabupaten Bangkalan?

## KAJIAN LITERATUR

### Bisnis

Bisnis merupakan segala bentuk aktivitas berbagai transaksi yang dilakukan manusia untuk menghasilkan keuntungan, baik berupa barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakat. M. Azrul Tanjung mendefinisikan bisnis sebagai seluruh aktivitas yang menyediakan dan/atau menghasilkan produk (barang dan jasa) untuk menciptakan manfaat dan nilai bagi diri sendiri maupun orang lain.

### Dasar Hukum Bisnis

Al-Qur'an Surah An-Nisa: 29

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

*Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (QS. An-Nisa'[4]: 29).<sup>6</sup>*

<sup>6</sup> Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2018), 8.

Hadist

الصُّلْحُ جَاءَ بَيْنَ الْمُسْلِمِينَ إِلَّا صُلْحًا أَحَلَّ حَرَامًا أَوْ حَرَّمَ حَلَالًا  
وَالْمُسْلِمُونَ عَلَى شُرُوطِهِمْ إِلَّا شَرْطًا حَرَّمَ حَلَالًا أَوْ أَحَلَّ حَرَامًا

persepakatan dibenarkan antar kaum Muslim kecuali persepakatan yang menghalalkan yang haram atau yang mengharamkan yang halal. Kaum Muslim (berkewajiban) memenuhi syarat-syarat yang mereka tetapkan kecuali syarat yang mengharamkan yang halal. (HR. At-Tirmidzi dan al-Bazzar melalui Katsir bin Zaid).<sup>7</sup>

## Kosmetik

Saat ini penggunaan kosmetik tidak lepas dari kehidupan sehari-hari bagi wanita masa kini, penggunaan kosmetik sudah menjadi kebutuhan pokok tidak hanya kaum wanita tetapi juga kaum pria. Sejalan dengan berkembangnya ilmu pengetahuan kosmetik tidak hanya digunakan sebagai bahan untuk mempercantik diri tetapi juga untuk merawat diri. Semakin tinggi permintaan, maka semakin banyak pula produk kosmetik yang di pasarkan.

Menurut Wasitatmaja, kosmetik adalah suatu bahan untuk mempercantik diri yang dibuat dari bahan-bahan alami di sekitar kehidupan manusia, namun saat ini manusia membuat kosmetik tidak hanya dari bahan alami saja, tetapi juga dari bahan buatan dengan tujuan untuk meningkatkan kecantikan.<sup>8</sup> Kosmetik yang diedarkan di kalangan masyarakat wajib memiliki sertifikasi BPOM. Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) bertanggung jawab untuk memastikan kosmetik yang telah beredar di Indonesia terjamin keamanannya dan berkualitas.

Menurut kegunaannya kosmetik dapat digolongkan menjadi:

- a. Kosmetik perawatan kulit (skincare). Tujuan penggunaan kosmetik skincare ini adalah untuk merawat dan menjaga kesehatan kulit.
- b. Kosmetik untuk membersihkan kulit (cleanser). Seperti: sabun, cleansing milk, dan penyegar (freshner).
- c. Kosmetik untuk melembabkan kulit (moisturizer). Seperti *moisturiser cream*, *Night cream*, *anti wrinkle cream*.
- d. Kosmetik pelindung kulit. Seperti: sunscreen cream dan sunscreen foundation, sun block cream/lotion.
- e. Kosmetik untuk mengangkat sel kulit mati (peeling). Seperti: scrub cream yang berisi butiran-butiran halus yang berfungsi untuk mengangkat sel kulit mati.
- f. Kosmetik untuk riasan. Kosmetik ini diperlukan untuk merias dan menutupi adanya luka ataupun warna yang kurang pada kulit wajah, sehingga dengan adanya kosmetik riasan ini dapat menimbulkan rasa percaya diri pada penampilan seseorang.

<sup>7</sup> M. Quraish Shihab, *Berbisnis Dengan Allah*, (Tangerang: Lentera Hati, 2008), 20.

<sup>8</sup> Dina Rahmawanty dan Destria Indah Sari, *Buku Ajar Teknologi Kosmetik*, (Malang: CV IRDH, 2019), 2.

### **UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen**

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur tentang aturan-aturan hukum untuk memberikan perlindungan hukum kepada konsumen agar memperkuat penegakan hukum di Indonesia terutama dalam bidang perlindungan konsumen. Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini tidak hanya mengatur tentang perlindungan untuk konsumen saja, tetapi juga mengatur tentang perilaku para pelaku usaha. Tidak jarang perilaku para pelaku usaha yang sangat merugikan konsumen, sehingga perilaku pelaku usaha ini perlu diatur dalam Undang-Undang ini.

Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini dikenal dengan adanya konsumen dan pelaku usaha yang saling berkaitan satu sama lain. Berikut pengertian konsumen dan pelaku usaha. Menurut UU No. 8 Tahun 1999 Konsumen adalah setiap orang yang memakia barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat untuk kepentingan sendiri, keluarga, dan juga makhluk hidup.<sup>9</sup> Sedangkan pelaku usaha ialah setiap orang atau badan usaha baik yang berbentuk badan hukum atau tidak yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melakukan perjanjian untuk menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. Berdasarkan UUPK Pasal 4 hak-hak konsumen sebagai berikut:<sup>10</sup>

- 1) Hak untuk mendapatkan keamanan, kenyamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang atau jasa;
- 2) Hak untuk memilih barang atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi;
- 3) Hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas dan jujur tentang kondisi dan jaminan barang atau jasa;
- 4) Hak untuk di dengar pendapat atau keluhannya atas barang atau jasa yang digunakan;
- 5) Hak mendapatkan perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- 6) Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- 7) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur secara tidak diskriminatif;
- 8) Hak untuk mendapat kompensasi, ganti rugi atau penggantian, apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;

Sedangkan Kewajiban Konsumen yaitu:<sup>11</sup>

---

<sup>9</sup> Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>10</sup> Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 4.

<sup>11</sup> Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 5.

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

Hak Pelaku Usaha yaitu:<sup>12</sup>

- 1) Hak untuk menerima pembayaran atau harga yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang atau jasa yang diperdagangkan;
- 2) Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang tidak beritikad baik;
- 3) Hak untuk melakukan pembelaan diri dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- 4) Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang atau jasa yang diperdagangkan;
- 5) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Sedangkan kewajiban Pelaku usaha yaitu:

- 1) Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usaha atau bisnisnya;
- 2) Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa dan memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;
- 3) Melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- 4) Menjamin mutu barang atau jasa yang diproduksi atau dijual berdasarkan ketentuan standar mutu barang maupun jasa yang berlaku;
- 5) Memberi kesempatan kepada konsumen untuk mencoba barang atau jasa tertentu serta memberi jaminan garansi atas barang yang dibuat atau diperjual-belikan;
- 6) Memberi kompensasi ganti rugi atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang atau jasa yang dijual atau diproduksi;
- 7) Memberi kompensasi ganti rugi atau penggantian apabila barang atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Larangan yang harus dihindari oleh pelaku usaha yaitu:<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 6.

<sup>13</sup> Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 8.



1. Pelaku usaha dilarang memproduksi atau menjual barang atau jasa yang:
  - a. Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang disyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
  - b. Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan yang tertera dalam label atau etiket barang tersebut;
  - c. Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan, dan jmlah dalam hitungan menurut ukuran sebenarnya;
  - d. Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran yang dinyatakan dalam label, etiket, atau keterangan barang maupun jasa;
  - e. Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, maupun penggunaan tertentu sebagaimana keterangan barang atau jasa yang tertera dalam label;
  - f. Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang atau jasa;
  - g. Tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa jangka waktu penggunaan atau pemanfaatan yang paling baik atas barang;
  - h. Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan 'halal' yang dicantumkan dalam label;
  - i. Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat atau isi bersih, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, efek samping, nama dan alamat pelaku usaha serta penggunaan yang menurut ketentuan harus dibuat;
  - j. Tidak mencantumkan informasi atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
2. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang yang dimaksud.
3. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.
4. Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat 1 dan ayat 2 dilarang memperdagangkan barang atau jasa tersebut serta wajib menarik barang dari peredaran.

#### **Fatwa MUI No. 26 Tahun 2013 Tentang Standar Kehalalan Kosmetik**

Dalam fatwa MUI terdapat ketentuan-ketentuan yang harus dipenuhi oleh para pelaku usaha dalam bidang kosmetik agar dapat dikategorikan sesuai dengan prinsip syariah, yaitu:<sup>14</sup>

1. Penggunaan kosmetik untuk kepentingan berhias hukumnya boleh dengan syarat:
  - a. Bahan yang digunakan halal dan suci;
  - b. Ditujukan untuk kepentingan yang dibolehkan secara syar'i;
  - c. Tidak membahayakan.
2. Penggunaan kosmetika dalam (untuk dikonsumsi atau masuk ke dalam tubuh) yang menggunakan bahan yang najis atau haram hukumnya haram.
3. Penggunaan kosmetika luar (tidak masuk ke dalam tubuh) yang menggunakan bahan yang najis atau haram selain babi dibolehkan dengan syarat dilakukan penyucian setelah pemakaian.
4. Penggunaan kosmetik yang semata-mata berfungsi *tashniyyat*, tidak ada *rukhshah* (keringanan) untuk memanfaatkan kosmetika yang haram.
5. Penggunaan kosmetika yang berfungsi sebagai obat memiliki ketentuan hukum sebagai obat, yang mengacu pada fatwa terkait penggunaan obat-obatan.
6. Produk kosmetika yang mengandung bahan yang dibuat dengan menggunakan mikroba hasil rekayasa genetika yang melibatkan gen babi atau gen manusia hukumnya haram.
7. Produk kosmetika yang menggunakan bahan (bahan baku, bahan aktif, dan/atau bahan tambahan) dari turunan hewan halal (berupa lemak atau lainnya) yang tidak diketahui cara penyembelihannya hukumnya *makruh tahrir*, sehingga harus dihindari.
8. Produk kosmetika yang menggunakan bahan dari produk mikrobial yang tidak diketahui media pertumbuhan mikroanya apakah dari babi, harus dihindari sampai ada kejelasan tentang kehalalan dan kesucian bahannya.

## METODE PENELITIAN

Penulis melakukan penelitian lapangan (*field research*) yaitu peneliti secara langsung mengamati dan mencari informasi pada objek dan lokasi yang diteliti tentang praktik bisnis kosmetik dan produk yang dijual pada toko Fazo Store dan MS Glow Nindy Agen Store. Penulis menggunakan metode analisis deskriptif komparatif yang mana menganalisa dan membandingkan karakteristik dari dua data dengan tujuan untuk mengetahui persamaan dan perbedaan dari masing-masing toko yang

---

<sup>14</sup> Fatwa MUI Nomor 26 Tahun 2013 Tentang Standar Kehalalan Produk Kosmetik dan Penggunaannya.



ditinjau dari UU Perlindungan Konsumen dan Fatwa MUI tentang standar kehalalan kosmetik.

Data-data yang diperoleh penulis berdasarkan metode pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan beberapa informan yang di dapat saat melakukan wawancara yaitu *owner* Fazo Store dan MS Glow Nindy Agen Store serta konsumen dari Fazo Store dan MS Glow Nindy Agen Store. Selain data utama yang didapat saat wawancara, penulis juga menggunakan data penunjang seperti buku, Undang-Undang, dan lain sebagainya sebagai penunjang analisis dalam penelitian. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu tahap pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Penulis memaparkan data dengan apa adanya sesuai apa yang didapat di lapangan mengenai praktik bisnis kosmetik halal dan kemudian di analisis menggunakan teori dan dibandingkan sehingga dapat menarik sebuah kesimpulan. Penarikan kesimpulan ini berguna untuk memudahkan penulis dan pembaca sehingga dapat dipahami.

## PEMBAHASAN

### **Analisis Tinjauan UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Bisnis Kosmetik di Fazo Store dan MS Glow Nindy Agen Store**

Undang-Undang Perlindungan Konsumen dibuat untuk menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen yang selama ini kurang mendapatkan perhatian dalam hubungannya dengan pihak produsen. Sehingga dengan adanya Undang-Undang ini dapat mengembalikan posisi konsumen seimbang dengan posisi produsen.<sup>15</sup> Hasil penelitian menunjukkan dalam praktik bisnis yang dilakukan oleh *owner* menunjukkan kesesuaian antara tindakan pelaku usaha terhadap konsumen dengan ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 diantaranya mencakup aspek:

#### a. Ditinjau dari Hak Konsumen

Berdasarkan Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang terdapat dalam Pasal 4 huruf (a) yang berbunyi "*hak atas kenyamanan, keamanan, keselamatan, dalam mengkonsumsi barang atau jasa*". Maka dalam hal ini hak konsumen telah terpenuhi karena sebagai pelaku usaha yaitu Fazo Store dan MS Glow Nindy Agen Store dapat memberikan jaminan keamanan produk kosmetik yang dijual karena hampir semua produk yang dijual telah terdaftar di BPOM.

---

<sup>15</sup> Abdurrahman Konoras, *Jaminan Produk Halal Di Indonesia*, (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2017), 16.

Dalam Pasal 4 huruf (c) dijelaskan bahwa *“hak atas informasi yang benar , jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa”*. Berdasarkan pasal tersebut hak konsumen telah terpenuhi karena sebagai pelaku usaha toko Fazo Store dan MS Glow Nindy Agen Store dapat memberikan informasi yang jelas dan jujur mengenai kondisi barang atau produk kosmetik yang dijual. Bahwa dalam produk kosmetik yang dijual telah jelas kandungan bahan yang digunakan sehingga untuk produk yang belum berBPOM bisa dihindari oleh konsumen untuk tidak melakukan pembelian.

b. Ditinjau dari Kewajiban Pelaku Usaha

Berdasarkan dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Pasal 7 huruf (b) tentang Perlindungan Konsumen, dijelaskan bahwa *“hak untuk memberikan informasi yang benar , jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan”*. Maka dalam praktik bisnis jual beli produk kosmetik yang dilakukan di toko Fazo Store dan MS Glow Nindy dapat dikatakan bahwa kewajiban mbak Afra dan mbak Nindy sebagai pelaku usaha telah sesuai dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Sebagai *owner* dari Fazo Store dan MS Glow Nindy Agen Store beliau telah mengatakan secara jelas dan jujur mengenai detail produk kosmetik yang dijual di tokonya dan juga telah menjamin standar mutu dari produk kosmetiknya bahwa yang dijual aman untuk digunakan oleh konsumen yang membelinya.

c. Ditinjau dari Perbuatan Yang Dilarang Oleh Pelaku Usaha

Dalam melakukan bisnis jual beli kosmetik toko Fazo Store dan MS Glow Nindy Agen Store dalam melakukan promosi produk mereka menjelaskan dengan jujur dan tidak melebih-lebihkan produk yang dijual. Jika memang belum berBPOM maka pelaku usaha ini mengatakan yang sebenarnya. Hal ini sesuai dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 9 ayat 1 huruf (f) disebutkan bahwa *“pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan , mengiklankan suatu barang dan atau jasa secara tidak benar atau seolah-olah barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi”* kemudian pada huruf (j) disebutkan bahwa *“pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan , mengiklankan suatu barang dan atau jasa secara tidak benar atau seolah-olah barang tersebut menggunakan kata-kata yang berlebihan seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung risiko atau efek samping tanpa keterangan yang lengkap”*.

Dalam penerapan Pasal tersebut, sebagai pelaku usaha mbak Afra dan mbak Nindy selaku owner dapat dikatakan telah melaksanakan bisnis jual belinya sebagaimana tercantum dalam UUPK di atas. Sebagai pelaku usaha memang sudah seharusnya menjamin bahwa produk yang dijual layak untuk diperjual belikan dan aman untuk digunakan oleh

masyarakat. Sehingga tidak ada yang merasa dirugikan baik dari pihak konsumen maupun pelaku usaha.

d. Ditinjau dari Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Dalam melakukan bisnis jual beli kosmetik toko Fazo store dan MS Glow Nindy agen store pada praktiknya jika ada yang terbukti tokonya melakukan penjualan barang yang cacat atau kadaluarsa atau melakukan kesalahan yang sifatnya internal dalam toko, maka toko Fazo store dan MS Glow Nindy Agen Store bersedia bertanggung jawab melakukan penggantian. Seperti yang tertera pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 19 ayat 1 yaitu *“pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.”*

Dapat disimpulkan bahwa pada kedua toko yang diteliti oleh penulis yaitu toko Fazo Store dan MS Glow Nindy agen store telah menerapkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen pada praktik bisnis yang mereka jalankan.

### **Analisis Tinjauan Fatwa MUI Nomor 26 Tahun 2013 Tentang Standar Kehalalan Kosmetik Terhadap Bisnis Kosmetik di Fazo Store dan MS Glow Nindy Agen Store**

Majelis Ulama Indonesia mengeluarkan Fatwa Nomor 26 Tahun 2013 Tentang Standar Kehalalan Produk Kosmetik dan Penggunaannya. Dalam fatwa ini MUI menimbang bahwa kosmetik yang akan digunakan oleh setiap Muslim harus mengandung bahan halal dan suci maupun jenis dan cara pembuatannya, diantaranya:

1. Penggunaan kosmetika dalam (untuk dikonsumsi/masuk ke dalam tubuh) yang menggunakan bahan najis atau haram hukumnya haram.
2. Produk kosmetika yang menggunakan bahan yaitu bahan baku, bahan aktif, atau bahan tambahan dari turunan hewan halal (berupa lemak atau lainnya) yang tidak diketahui cara penyembelihannya hukumnya *makruh tahrir*, sehingga harus dihindari.
3. Produk kosmetik yang menggunakan bahan dari produk mikrobial yang tidak diketahui media pertumbuhan mikroba apakah dari babi, harus dihindari sampai ada kejelasan tentang kehalalan dan kesucian bahannya.

Dari tiga point ketentuan fatwa diatas, sesuai apa yang ada pada MS Glow Nindy Agen Store dalam menjual produknya. Karena toko ini sebagai agen, maka produk yang telah jelas kehalalannya bisa dilihat pada logo halal yang terdapat pada kemasan sehingga konsumen dapat mempertimbangkan bahwa produk yang akan digunakan pada tubuhnya

mengandung bahan yang halal jauh dari unsur babi, bahan najis, maupun unsur hewan yang tidak diketahui secara jelas penyembelihannya.

Kemudian untuk toko Fazo Store beberapa produk yang dijual memang belum terdapat logo halal karena toko ini merupakan distributor yang menjual berbagai macam merk kosmetik sehingga produk yang berasal dari luar negeri belum bersertifikat halal MUI. Hal ini harus diwaspadai oleh konsumen sebagai pengguna kosmetik maupun *skincare*. Berikut ini adalah perbandingan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dengan Fatwa MUI NO. 26 Tahun 2013:

Tabel 1  
Perbandingan UU No. 8 Tahun 1999 dan Fatwa MUI No. 26 Tahun 2013

<b>Perihal</b>	<b>UU No. 8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen</b>	<b>Fatwa MUI No. 26 Tahun 2013 Standar Kehalalan Kosmetik</b>
Latar Belakang Pembentukan	Mengatur pelaku usaha dalam melakukan bisnis dan melindungi konsumen terhadap adanya tindakan negatif dari pelaku usaha.	Mengatur masyarakat agar menghindari produk kosmetik yang haram, najis, dan tidak jelas kehalalan serta kesuciannya.
Dasar Penetapan Hukum	Pancasila dan UUD 1945	Al-Qur'an, Hadist, Kaidah Fiqh.
Kekuatan Hukum	Memiliki kekuatan hukum yang mengikat pada hukum Nasional Indonesia	Tidak memiliki kekuatan hukum yang mengikat, hanya sebagai rujukan umat Islam dalam melakukan muamalah dengan orang lain.
Sanksi yang Dibebankan	-Pidana paling lama 5 tahun -Denda paling banyak Rp. 2.000.000.000,00 (dua milyar rupiah)	Tidak diatur terkait sanksi

Dalam Undang-Undang yang berlaku di Indonesia, sifatnya wajib dan memaksa semua rakyat dan memiliki kekuatan hukum yang mengikat begitu pula Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga

harus diikuti oleh pelaku usaha maupun konsumen, sedangkan Fatwa MUI merupakan rujukan untuk umat Muslim dan bukan jenis peraturan perundang-undangan yang mempunyai kekuatan hukum mengikat serta tidak memaksa harus ditaati oleh seluruh umat Islam.

## **SIMPULAN**

Praktik bisnis kosmetik yang dilakukan pada toko Fazo Store dan MS Glow Nindy Agen Store dapat disimpulkan bahwa telah sesuai dengan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada kedua toko kosmetik telah menerapkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen sesuai dari beberapa kewajiban dan tanggung jawab pelaku usaha dengan menjelaskan secara jelas dan jujur tentang produk yang dijual kemudian saat mempromosikan produk tidak menggunakan kata-kata yang berlebihan seolah-olah produk yang dijual aman dan bertanggung jawab atas kerugian yang dialami konsumen dalam menggunakan produk yang dijual, kemudian hak konsumen juga telah diperhatikan sehingga toko Fazo Store dan MS Glow Nindy Agen Store telah menerapkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen pada praktik bisnisnya.

Praktik bisnis kosmetik halal yang dilakukan pada toko Fazo Store belum menerapkan Fatwa MUI No. 26 Tahun 2013 tentang standar kehalalan kosmetik. Karena toko ini merupakan distributor yang menjual berbagai macam kosmetik maka ada beberapa kosmetik yang di impor dari luar negeri dan belum bersertifikat halal. Maka dari itu hal ini tidak sesuai dengan asas keamanan konsumen karena pelaku usaha belum memberikan jaminan atas keamanan dalam penggunaan barang yang digunakan oleh konsumen, karena belum jelasnya produk pada kemasan yang dijual belum memenuhi standar halal yang dikeluarkan oleh LPPOM MUI. Namun hal ini bukan menyalahi aturan karena Fatwa MUI sifatnya hanya rujukan untuk umat Muslim di Indonesia jadi jika toko ini belum sesuai dengan Fatwa tidak masalah karena Fatwa MUI sifatnya tidak mengatur dan mengikat, tetapi hanya sebagai rujukan tidak ada sanksi pidana yang mengatur jika melanggar. Sedangkan pada toko MS Glow Nindy Agen Store dapat disimpulkan bahwa toko ini telah menerapkan Fatwa MUI tentang standar kehalalan kosmetik karena pada praktiknya telah menjual produk yang sesuai standar kehalalan terlihat dari logo halal pada kemasan. Sehingga konsumen tidak ragu untuk memakai barang yang telah jelas halal dan suci.

## DAFTAR PUSTAKA

Fatwa MUI Nomor 26 Tahun 2013 Tentang Standar Kehalalan Produk Kosmetik dan Penggunaannya. dalam <http://mui.or.id/wp-content/uploads/files/fatwa/No.-26-Standar-Kehalalan-Produk-dan-Penggunaan-Kosmetika.pdf>, diakses pada tanggal 18 September 2021.

Fauzia, Ika Yunia, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta: Kencana, 2018.

Konoras, Abdurrahman. *Jaminan Produk Halal Di Indonesia*, Depok PT RajaGrafindo Persada, 2017.

Rahmawanty, Dina dan Destria Indah Sari, *Buku Ajar Teknologi Kosmetik*, Malang: CV IRDH, 2019.

Shihab, M. Quraish. *Berbisnis Dengan Allah*. Tangerang: Lentera Hati, 2008.

UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. dalam <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/45288/uu-no-8-tahun-1999>, diakses pada tanggal 25 Oktober 2021.

Zamzam, Fakhry dan Havis Aravik. *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.

Hasil wawancara dengan Mbak Afra Monica Anindya selaku pemilik toko Fazo Store, pada tanggal 24 Maret 2022.

Hasil wawancara dengan Mbak Nindya Risqina Aulia selaku pemilik toko MS Glow Nindya Agen Store, pada tanggal 20 Maret 2022.

Hasil wawancara dengan Mbak Laila Nur Iszati selaku pelanggan di Fazo Store, pada tanggal 24 Maret 2022.

Hasil wawancara dengan Aisyah Putri Nabila selaku pelanggan di MS Glow Nindy Agen Store, pada tanggal 20 Maret 2022.