BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia tidak pernah lepas dari kebutuhan sebagai penunjang semua aktifitas kehidupan. Banyak jenis kebutuhan manusia yang diantaranya paling terlihat dalam kehidupan sehari-hari yaitu kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Menurut Tupono seperti dikutip dari Nur Rahman bahwa kebutuhan primer adalah kebutuhan harus terpenuhi, artinya apabila kebutuhan tersebut tidak terpenuhi, maka manusia akan mengalami kesulitan dalam hidupnya. *kedua* kebutuhan sekunder adalah kebutuhan yang pemenuhannya setelah kebutuhan primer terpenuhi. *ketiga* kebutuhan tersier adalah kebutuhan yang dipenuhi setelah kebutuhan primer dan sekunder terpenuhi. Inilah yang menjadi peluang bagi para pelaku usaha untuk berinovasi dan berkreasi dalam memenuhi permintaan masyarakat, yang selalu membutuhkan sesuatu yang baru, menyesuaikan dengan perkembangan zaman, dengan mengeluarkan produk baru berupa barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan konsumen¹.

Perkembangan teknologi dan globalisasi telah menyebabkan perubahan kultur ekonomi masyarakat Indonesia. Di era dimana media informatika elektronik atau internet telah menjadi salah satu media yang dimanfaatkan masyarakat dalam melakukan komunikasi dan bisnis telah berkembang bisnis *online shop* atau transaksi jual beli *online (e-commerce)*. Menurut Hendra Samsuri transaksi jual beli *online (e-*

¹ Nur Rahman, *Akutansi bisnis* (Jakarta: PT grapindo, 2016) hlm 37

commerce) merupakan merupakan suatu transaksi jual beli (bisnis) dengan menggunakan internet, perkembangan teknologi seperti *smartphone* menjadi salah satu penunjang dalam perkembangan bisnis secara *online*.

Perkembangan teknologi dan informatika ini menjadi usaha kecil dan menenga (UKM) dituntut agar dapat berkompetisi dalam mengembangkan usaha mereka sehingga dapat meningkatkan daya saing dalam melakukan bisnis. Pemanfaatan teknologi informatika ini memiliki potensi yang besar dalam meningkatkan pendapatan masyarakat². Sejarah umum e-commerce telah dikenal tahun 1994-1999, kehadiran Indonet menjadi pembuka kesempatan dan peluang pemanfaatan teknologi telekomunikasi dan informasi yang sebesar-besarnya dalam segala bidang, termasuk perdagangan³. Pada 2000-2007 disusun rancangan Undang-Undang dalam upaya intervensi pemerintah untuk mengimbangi

² Hendra Samsuri, *perkembangan E-commerce di Indonesia* (Jakarta: kencana,2018) hlm. 7

³<https://www.kompasian.com/www.bhinneka.com/sejarah-e-commerce-indonesia-apa-yang-telah-dan-akan-terjadi?page=all> diakses 28 juni 2019 20:45

berbagai sector usaha seperti *Datakencana*⁴, *Witmarket*⁵ dari Singapura, *Fastncheap*⁶ dari Surabaya, *Lipposhop*⁷, *Iklanbaris.co.id*⁸.

⁴ Yaitu Perusahaan yang bergerak dibidang layanan instalasi infrastruktur jaringan untuk perusahaan dan hotel. <https://id-id.facebook.com> diakses 1 juni 2019 21:03

⁵ WinMarket adalah situs bisnis online yang memfasilitasi Anda yang ingin berbisnis online tapi tidak mempunyai produk, tidak mempunyai toko online, dan tidak memiliki sistem pembayaran online yang lengkap. Kami memiliki koleksi produk dari berbagai macam kategori yang terus diupdate secara berkala, mulai dari fashion, perlengkapan rumah tangga, makanan, dan barang-barang lainnya yang selalu dicari dan dibutuhkan. www.winmarket.id diakses 1 juli 2019 21:04

⁶ “Fastncheap” merupakan salah satu dari teknologi store dimana kita dapat memilih berbagai macam produk mulai dari Komputer hardware and Software, produk-produk networking, asesories untuk notebook, dan lain-lain. . Website ini merupakan website buatan Indonesia, sehingga memudahkan bagi konsumen (terutama yang berasal dari Indonesia) untuk memahami informasi yang disampaikan oleh si penjual. <http://piozhang.blogspot.com> diakses 1 juli 2019 20:05

⁷ Sebagai salah satu perusahaan yang berorientasi masa depan, Lippo melakukan transformasi bisnisnya menjadi basis teknologi dan internet. Dengan bermodalkan dana yang kuat, Lippo terjun pada industri ecommerce dengan ritel sebagai pasar sasaran mereka melalui LippoShop. LippoShop menghadirkan alternatif belanja secara online, dimana konsumen dapat berbelanja secara aman, nyaman dan tidak mengganggu aktivitas mereka. Langkah awal LippoShop dengan mengakuisisi Dial Mart sebagai belanja yang diantar sampai tujuan merupakan langkah strategis untuk merengkuh pelanggan yang dimilikinya. LippoShop juga membangun infrastrukturnya dengan dukungan perusahaan-perusahaan teknologi terdepan. Sebagai perusahaan yang memiliki visi untuk menjadi perusahaan e-commerce terbesar di Indonesia, LippoShop harus memiliki model bisnis yang tepat, konsep nilai yang relevan dan strategi e-commerce yang solid untuk memadukan bisnis online dan bisnis konvensional. <http://repository.ui.ac.id> diakses 1 juli 2019 21:07

⁸ Iklanbaris.co.id adalah media online tempat bertemu penjual dan pembeli beriklan barang, jasa dan informasi, bekas dan baru, gratis dan pasti laris. Disamping sudah beroperasi sejak tahun 1997 iklanbaris.co.id dilengkapi dengan 30 kategori dan akan terus dikembangkan sesuai dengan trend kebutuhan masa kini. Fitur-fitur baru yang menarik dan kemudahan pasang, cari dan berkomentar akan menarik para penjual, pembeli maupun tipe pengunjung lainnya. www.iklanbaris.co.id diakses 1 juli 2019 21:08

Pada 2010-2011 muncul kemudian sebuah program yang dikenal dengan Go-Jek. Pada masa tersebut terjadi lompatan inovasi dan kreasi mahasiswa yang kemudian mengembangkan *E-commerce* dengan menawarkan layanan transportasi berbasis online dan sejumlah turunannya, Go-Jek membuktikan kemajuan teknologi member dampak perubahan situasi. Selanjutnya di tahun 2012 untuk pertama kalinya, *E-commerce* Indonesia memiliki “pelayanan” sendiri pada tahun ini. Yaitu hari belanja online Nasional (Harbolnas), yang diharapkan makin memperluas minat warga Indonesia secara umum untuk merasakan pengalaman berbelanja secara digital.

2014 sejarah terus dicetak. Tokopedia di tahun ini menjadi startup pertama yang menerima investasi dengan nilai USD 100 juta atau setara dengan Rp 1,2 triliun saat ini. Angka ini merupakan yang terbesar dalam sejarah *E-commerce* Indonesia, sampai akhirnya dikalahkan kembali oleh Tokopedia di 2017. Hadir OLX Indonesia yang fokus pada jual beli komoditas *second*, mataharimall.com yang merupakan bagian bisnis dari Lippo Group⁹, Shoppe dari singapura, serta JD.id yang merupakan turunan langsung dari raksasa *E-commerce* asal Tiongkok. bhinneka.com meluncurkan bhineka bisnis. Layanan ini merupakan *platform* pengadaan barang bagi perusahaan dari berbagai tingkatan. Sebagai klien, pihak korporasi cukup mendaftar dan melakukan pemesanan seperti belanja

⁹ MatahariMall merupakan salah satu bisnis e-commerce lippo group dengan pendanaan sebesar \$500 juta (Rp6,94 triliun) dari keluarga konglomerat Riady yang menjalankan bisnis pengembangan *real estate*, rumah sakit Siloam dan toserba Matahari. Diakses dari tanggal 1 Juli 2019, pukul, 11.53.

online pada umumnya. Tentu saja dengan paket harga dan penanganan khusus¹⁰.

Perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi informasi semakin memperluas ruang gerak arus transaksi keluar dan masuknya berbagai macam produk. Kondisi ini memberikan keuntungan bagi konsumen, karena dengan banyaknya produk yang ditawarkan, mereka akan mudah mencari dan memilih produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka. Namun dibalik itu resiko bagi konsumen juga akan semakin besar, akan adanya kecurangan yang dilakukan oleh pelaku usaha yang merugikan rakyat sebagai konsomen¹¹.

Pada umumnya produsen berlindung dibalik *standard contract* atau perjanjian baku yang telah ditandatangani oleh kedua belah pihak, yakni antara konsumen dan produsen namun banyak dilanggar menyebabkan kemudian konsep dan teori yang dikenal kemudian dengan perlindungan konsumen. Hal tersebut sekaligus sebagai bentuk melindungi produk yang merugikan konsumen. Salah satunya pada produk kosmetik untuk perempuan. Berdasarkan data ditemukan berbagai produk kosmetik yang rentan terhadap bahaya bagi pemakainya. Seperti pemutih wajah yang dapat dibeli bebas dengan berbagai iklan keunggulannya¹². Beberapa

¹⁰<https://www.kompasiana.com/www.bhinneka.com/sejarah-e-commerce-indonesia-apa-yang-telah-terjadi>. *id.techinasia.com*, Diakses 22 juni 2019 10:26

¹¹ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia* (Jakarta: Grasindo, 2006).hlm.8

¹² Sri Arlina, *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Produk Kosmetik (Pemutih Wajah) Yang Mengandung Zat Berbahaya Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999*, Volum 02, Nomor 01 (April 2018): 318, diakses Febuari 19, 2019, <http://journal.uin.ac.id>.

contoh produk pemutih yang beredar di Indonesia adalah *Brushmake Up*¹³, *Foundation*¹⁴, *Beauty Blender*¹⁵, *Blush On*¹⁶, *Lipbalm*¹⁷, *Lipstick*¹⁸, *Lopglos*¹⁹, *Eyeshadow*²⁰, *Eyeline*²¹, *Mascara*²² Dan *Bulu Mata, Eyebrow Kits*²³, *Contouring*²⁴, *Bedak*²⁵.

Keharusan adanya standar keselamatan bagi pemakai ditegaskan dalam aturan pemerintah Indonesia, diantaranya Undang Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal²⁶. Beberapa kasus diantaranya: *pertama*, terjadi pada Rahmatia

¹³ Yaitu kuas yang digunakan untuk membubuhkan bedak pada seluruh wajah. Ujung bulunya cenderung menebal atau cembung, dengan fungsi sebagai pembauran dari alas bedak.

¹⁴ Yaitu alas bedak biasanya digunakan sebelum mengaplikasikan bedak ke wajah. Fungsi utama foundation adalah membuat wajah terlihat lebih halus dalam waktu singkat.

¹⁵ Yaitu sponge *make up* dengan bentuk yang menyerupai telur. *Beauty blender* terbuat dari bahan yang tidak menyerap *make up*.

¹⁶ Yaitu kosmetik yang digunakan untuk memerahkan pipi sehingga memberikan penampilan yang lebih muda dan untuk menegaskan bentuk tulang pipi.

¹⁷ Yaitu produk yang bisa menjaga kelembaban bibir.

¹⁸ Yaitu kosmetik yang diterapkan pada bibir untuk memberikan warna serta perlindungan terhadap lingkungan sekitar.

¹⁹ Yaitu kosmetik yang menciptakan efek berkilau atau glossy pada bibir

²⁰ Yaitu kosmetik yang digunakan pada kelopak mata dan dibawah alis. Sebagai perona mata untuk membuat mata lebih menonjol atau agar terlihat lebih menarik.

²¹ Ayelineer diaplikasikan sebagai pembingkai mata agar tampilan mata agar tampilan mata terlihat lebih besar, tegas, seksi, dan juga dramatis.

²² Yaitu kosmetik yang digunakan untuk memperindah mata. Fungsinya untuk mempergelap, mempertebal, memperpanjang, dan memperjelas bulu mata.

²³ Yaitu suatu produk untuk membentuk alis.

²⁴ Yaitu teknik make up yang dapat menonjolkan bagian-bagian wajah sehingga dapat terlihat lebih sempurna.

²⁵ <https://www.blibli.com/fashion/beauty> diakses 23 juni 2019 21:16

²⁶ Sri Arlina, *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Produk Kosmetik (Pemutih Wajah) Yang Mengandung Zat Berbahaya*

yang wajahnya rusak akibat pakai krim pemutih dan penghilang jerawat. Dia tertarik membeli karena ingin memiliki wajah cerah, pada akhirnya wajahnya menjadi gosong karena diketahui kosmetik yang ia pakai mengandung merkuri. *Kedua*, terjadi pada Mooney, ia mengalami perubahan drastis pada wajahnya akibat pakai pelembab wajah, wajahnya jadi penuh bercak merah dan terlihat seperti luka. *Ketiga*, selain kosmetik ada juga produk kecantikan seperti pewarna rambut hal ini dialami oleh Lyn Gregory, sehabis mewarnai rambut, tubuhnya mengeluarkan reaksi di bagian tengkuk dan leher yang memerah, bengkak, melepuh, dan mengeluarkan cairan. Kasus-kasus yang terjadi akibat pengguna produk kecantikan dikarenakan kurangnya perhatian terhadap melihat komposisi yang terkandung dalam produk kecantikan²⁷.

Contoh tersebut memperlihatkan tingkat pengaman atas produk perempuan terabaikan yang akhirnya merugikan konsumen, misalnya mempromosikan produk yang tidak sesuai dengan isi, kondisi, mutu, komposisi, jaminan, janji, atau keterangan yang tertera dalam label produk. Islam merupakan agama yang menaruh perhatian pada persoalan kebersihan, kesucian, serta keindahan. Islam bahkan menganjurkan merawat dan memelihara diri sebagai mana dalam hadits disebutkan²⁸:

إِنَّ اللَّهَ جَمِيلٌ يُحِبُّ الْجَمَالَ

Hadis tersebut mengandung pengertian bahwa bagi seorang muslimah diperbolehkan menggunakan segala bentuk hiasan dan memanfaatkan

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, Volum 02, Nomor 01 (April 2018): 318, diakses Febuari 19, 2019, <http://journal.uin.ac.id>

²⁷ <https://www.hipwee.com/tips/-kasus-kulit-rusak-akibat-make-up/> diakses 21 juni 2019 08:58

²⁸ Artinya : “*sesungguhnya Allah SWT itu maha indah dan menyukai yang indah*”

segala yang bagus didalam kehidupan didunia ini. Hal ini sebagai mana hukum asal dari pada memanfaatkan segala sesuatu adalah mubah. Meskipun demikian Islam juga memberikan batasan dalam persoalan berhias. Islam tidak menghendaki adanya sesuatu yang membahayakan. Oleh karena itu, kosmetik yang digunakan harus sehat dan tidak membahayakan diri. Kosmetik yang dipilih harus benar-benar aman untuk digunakan serta bukan dari bahan yang dilarang oleh syariat Islam²⁹.

Pada dasarnya, setiap wanita dilahirkan dengan kecantikan masing-masing. Namun, tidak sedikit wanita yang masih belum puas dengan apa yang telah dimiliki. Sebagai wanita berlomba untuk mempercantik diri dengan menggunakan produk-produk kosmetik. Satu sisi mereka melupakan satu hal penting seperti label halal. Dalam pandangan Burhanuddin, konsumen muslim kehalalan sebuah produk menjadi suatu yang mutlak dan mendasar yang wajib mereka ketahui sebelum menggunakan atau mengkonsumsi sebuah produk. Kegiatan produksi sebagaimana konsumsi, selalu terkait sepenuhnya dengan ketentuan syariat. Ketentuan tersebutlah yang sering diabaikan oleh masyarakat³⁰.

Jaminan produk halal bagi muslim sangat penting di Indonesia, karena mayoritas konsumen di Indonesia beragama Islam. Maka sudah seyakinya konsumen muslim mendapatkan jaminan atas barang dan/atau jasa sesuai dengan syariat Islam. Pada sisi lain, pemerintah Indonesia juga dituntut untuk melakukan upaya aktif guna melindungi konsumen muslim yang merupakan hak warga Negara yang beragama Islam di Indonesia.

²⁹ Fandi, *penggunaan kosmetik dalam pandangan islam* (Jakarta: Kencana, 2015) hlm 17

³⁰ Burhanuddin S, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen Dan Sertifikasi Halal* (Malang: UIN-Maliki Press, 2011) hlm. 17

Direktur LPPOM MUI Lukman Hakim mengatakan, secara umum sertifikasi produk obat-obatan dan kosmetik di Indonesia belum mencapai 1 persen. "Jumlah yang sudah disertifikasi, belum ada 1 persen karena baru ratusan produk, sedangkan yang beredar sudah jutaan obat dan kosmetik". Menurutnya, perlambatan sertifikasi halal kedua produk tersebut membuat Indonesia tertinggal dibandingkan negara lainnya. Padahal, pasar produk tersebut di Indonesia memiliki potensi cukup besar³¹. Berdasarkan Pasal 4 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal yaitu "*produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal.*"

Undang Undang tersebut juga memberikan rasa aman untuk memakai aksesoris beribadah satu sisi dan sisi yang lain negara berkewajiban memberikan perlindungan dan jaminan tentang kehalalan produk yang dikonsumsi dan digunakan masyarakat. Jaminan mengenai produk halal hendaknya dilakukan sesuai dengan asas perlindungan, keadilan, kepastian hukum, akuntabilitas³². Kenyataannya, sertifikasi halal yang telah berjalan di Indonesia belum menjamin kepastian hukum bagi konsumen Muslim di Indonesia.

Konsumen merasakan adanya manfaat suatu kegiatan konsumsi ketika ia mendapatkan memenuhi kebutuhan fisik atau psikis atau material. Disisi lain, berkah akan diperolehnya ketika ia mengkonsumsi barang/jasa yang diharamkan oleh syariat Islam. Mengonsumsi yang halal

³¹ Winda Destiana Putri, *kehalalan produk kosmetik di Indonesia dinilai lamban*, April 17, 2018, diakses 27 januari 2019 21:27:00, <https://www.republika.co.id>

³² Lihat Penjelasan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal

saja merupakan kepatuhan kepada Allah, karenanya memperoleh pahala. Pahala inilah yang kemudian dirasakan sebagai berkah dari barang/jasa yang telah dikonsumsi. Sebaiknya, konsumen tidak akan mengkonsumsi barang/jasa yang haram karena tidak mendatangkan berkah. Mengonsumsi yang haram akan menimbulkan dosa yang pada akhirnya akan berujung pada siksa Allah³³.

Berdasarkan dinamika tersebut akan membahas secara lebih komprehensif dengan judul **“TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP PASAL 4 UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 33 TAHUN 2014 TENTANG JAMINAN PRODUK HALAL DALAM JUAL BELI KOSMETIK**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Pelaksanaan Pasal 4 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal dalam Jual Beli Kosmetik?
2. Bagaimana Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap pasal 4 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 tahun 2014 tentang jaminan produk halal dalam jual beli kosmetik?

C. Tujuan dan Manfaat

a. Tujuan

1. Mengetahui Pelaksanaan Pasal 4 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal dalam Jual Beli Kosmetik

³³ Burhanuddin Abdullah, *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2009) hlm.129

2. Menjelaskan bagaimana Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap pasal 4 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal dalam Jual Beli Kosmetik
- b. Manfaat
1. Memberikan kontribusi yang bermanfaat dalam menambah pengetahuan kita tentang bagaimana Pelaksanaan Pasal 4 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal dalam Jual Beli Kosmetik, dan mengetahui Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Pasal 4 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal dalam jual beli kosmetik.
 2. Praktis
Menjadi referensi awal dalam penelitian tentang Pelaksanaan Pasal 4 Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal dalam Jual Beli Kosmetik, Serta Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Pasal 4 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal dalam Jual Beli Kosmetik

D. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan kajian literatur didapatkan beberapa studi terdahulu yang membahas penelitian serupa, diantaranya: *Pertama*, Ana M Ufidah (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang tahun 2017) meneliti tentang “*Kewenangan Kementerian Agama Dan MUI Dalam Sertifikasi Halal Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No.*

33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal” peneliti ini menyimpulkan perkembangan regulasi produk halal di Indonesia menggambarkan sebuah proses pemerintah Indonesia dalam menjalankan fungsinya, melakukan pembinaan dan pengayoman pada rakyat dengan tujuan perlindungan hukum. sebaliknya, Rakyatpun memberikan implementasi peraturan perundang-undangan³⁴.

Kedua, Alfian Fallahiyah (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang tahun 2016) meneliti tentang “*Kewenangan Badan Halal NU Dalam Menerbitkan Sertifikat Halal Pra Dan Pasca Berlakunya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal Dan Tinjauan Masalah Mursalah*” peneliti ini menyimpulkan keberadaan badan halal NU dengan kewenangan yang dimiliki memberikan sebuah manfaat bagi masyarakat. Meskipun tidak ada *nas* yang mengatur secara jelas tentang sebuah lembaga sertifikasi halal danditidak ada pula *nas* yang bertentangan, yang pasti keberadaan badan halal NU dengan kewenangannya memberikan kemaslahatan bagi masyarakat³⁵.

Hasyim Asy’ari (universitas syarif hidayatullah Jakarta 2011) meneliti tentang “*Kriteria Sertifikasi Makanan Halal Dalam Prespektif Ibnu Hamz Dan MUP*” peneliti ini menyimpulkan bahwa metode istinbath

³⁴ Ana M Mufidah, *Kewenangan Kementerian Agama Dan MUI Dalam Sertifikasi Halal Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal*, skripsi (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang: 2017)

³⁵ Alfian Fallahiyah, *Kewenangan Badan Halal NU Dalam Menerbitkan Sertifikat Halal Pra Dan Pasca Berlakunya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal Dan Tinjauan Masalah Mursalah*, skripsi (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang: 2016)

hukum yang digunakan oleh Ibnu Hamz dan MUI dalam menetapkan, khususnya berkenaan dengan sertifikasi halal dalam makanan³⁶.

Ratih Kusuma Dewi (Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang 2015) meneliti tentang “*studi analisis terhadap sistem jaminan produk halal pada IKM bersertifikat halal (studi kasus pada IKM di kota Semarang)*”peneliti ini menyimpulkan bahwa pelaksanaan system jaminan halal (SJH) yang dilakukan oleh IKM telah sesuai dengan prinsip dasar hukum Islam³⁷.

Melisa Aulia Hosana (Universitas Tarumanagara 2016) meneliti tentang “*Pelaksanaan undang-undang nomor 33 tahun 2014 tentang jaminan produk halal terhadap pendaftaran sertifikat halal pada produk makanan*” menyimpulkan bahwa undang-undang nomor 33 tahun 2014 tentang jaminan produk halal bisa dibilang belum maksimal. Tetapi sertifikasi halal yang selama ini telah dilakukan oleh majlis ulama Indonesia (MUI) dan komisi fatwa telah berhasil membantu pemerintah untuk mencega dan menanggulangi adanya kekurangan produsen atau importer berbuat melawan hukum³⁸.

Lilik Andriani (Universitas Lampung 2017) meneliti tentang “*pengaruh lebel halal terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah di Bandar lampung*” menyimpulkan bahwa hasil analisis membuktikan bahwa sub variable proses pembuatan berpengaruh secara

³⁶ Hasyim Asy'ari, *Kriteria Sertifikasi Makanan Halal Dalam Prespektif Ibnu Hamz Dan MUI, skripsi* (Universitas syarif hidayatullah Jakarta: 2011)

³⁷ Ratih Kusuma Dewi, *studi analisis terhadap sistem jaminan produk halal pada IKM bersertifikat halal (studi kasus pada IKM di kota Semarang, skripsi* (Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang 2015)

³⁸ Melisa Aulia Hosana, *Pelaksanaan undang-undang nomor 33 tahun 2014 tentang jaminan produk halal terhadap pendaftaran sertifikat halal pada produk makanan, skripsi* (Universitas Tarumanagara 2016)

positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah. Namun ada beberapa penilaian yang dianggap kurang baik pada variable proses pembuatan yaitu pada item pernyataan percaya alat yang digunakan untuk membuat kosmetik wardah stril dari bahan tidak halal. Karena konsumen tidak melihat secara langsung bagaimana proses pembuatan produk tersebut, sehingga dengan adanya pernyataan label halal pada kemasan menjadikan konsumen percaya akan produk kosmetik wardah.

Ismi Aziz Makrufah (IAIN Surakarta, 2017) meneliti tentang "*pengaruh citra merek dan label halal terhadap keputusan pembelian kosmetik (studi kasus di Outlet toserba laris kartasura)*" menyimpulkan bahwaberdasarkan pada data yang telah dikumpulkan dan pengujian yang telah dilakukan terhadap permasalahan dengan menggunakan model regresi linier berganda, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: pertama, citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian kosmetik. Kedua, label halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian kosmetik³⁹.

Dari hasil kajian tersebut diketahui kesamaann ya pada aspek jaminan produk halal sementara pada aspek perbedaan terlihat dari mengkaji bagaimana system jaminan produk halal di Indonesia terhadap transaksi jual beli kosmetik. apakah sudah sesuai dengan Pasal 4 Undang Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal

E. Metode Penelitian

1. Jenis penelitian

³⁹Ismi Aziz Makrufah meneliti tentang *pengaruh citra merek dan label halal terhadap keputusan pembelian kosmetik (studi kasus di Outlet toserba laris kartasura, skripsi* (IAIN Surakarta, 2017)

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kepustakaan melalui pendekatan hukum normatif (*library research*) yaitu penelitian yang ditunjukkan untuk mengumpulkan bahan dan informasi dari sumber-sumber yang tersedia di perpustakaan, seperti buku, majalah, jurnal, laporan, dokumen, atau catatan⁴⁰.

2. Sumber Data

Sumber data studi ini terbagi dua yaitu:

a. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung atau bahan pokok yang mengikat. Seperti, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal.

b. Data skunder

Data sekunder adalah bahan pendukung dari data primer sebagai petunjuk atau penjelasan yang berkaitan dengan pembahasan dalam penelitian ini. Seperti, buku-buku referensi, jurnal, karya-karya ilmiah di bidang jaminan produk halal.

3. Teknik Pengumpulan Data

Mengumpulkan data dengan menggunakan Teknik Dokumentasi yaitu menggunakan data-data yang diambil dari Undang-Undang, Buku-Buku, Artikel, dan Jurnal-jurnal yang ada kaitannya dengan pembuatan skripsi ini.

4. Teknik Analisis Data

⁴⁰ Heri Junaidi, *metode penelitian berbasis temukenali* (Palembang: CV.Amanah, 2018) hlm. 47

- a. Mengumpulkan data yang berhubungan dengan peraturan Perundang-Undangan Jaminan Produk Halal serta Jual Beli Kosmetik.
- b. Mengklasifikasi data tentang kosmetik.
- c. Menelaah hasil klasifikasi

F. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini disajikan untuk memberikan keseluruhan dari permulaan hingga akhir isi penelitian. Untuk mendapatkan gambaran yang jelas dan mempermudah dalam pembahasan, hasil penelitian ini disajikan dalam teknik karya tulis ilmiah. Adapun sistematika pembahasan yang terdapat dalam penelitian ini yang terdiri dari 4 (empat) bab, dengan sistematika pembahasan sebagai berikut yang diawali dengan:

Pertama, Pendahuluan, Pada Bab I sebagai pendahuluan membicarakan keseluruhan isi skripsi yang terdiri latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

Kedua, Tinjauan Umum, Pada Bab II ini menerangkan tinjauan umum mengenai pengertian jaminan, produk halal, jual beli, kosmetik dan lain-lain.

Ketiga, **TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP PASAL 4 UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 33 TAHUN 2014 TENTANG JAMINAN PRODUK HALAL DALAM JUAL BELI KOSMETIK**, Dalam Bab III ini memaparkan tentang pasal 4 Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal Dalam Jual Beli Kosmetik. Dalam sub-sub pembahasan, dibahas tentang dua rumusan masalah yaitu:

- a. Pelaksanaan Pasal 4 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal dalam Jual Beli Kosmetik
- b. Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Pasal 4 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal Dalam Jual Beli Kosmetik

Keempat, Penutup, Pada Bab Ini Akan Memuat Kesimpulan Dan Saran Yang Berhubungan Dengan Pelaksanaan Pasal 4 Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal Dalam Jual Beli Kosmetik serta tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap pasal 4 undang-undang Republik Indonesia nomor 33 tahun 2014 tentang jaminan produk halal dalam jual beli kosmetik bagi masyarakat muslim di Indonesia.