

BAB IV

LAPORAN PENELITIAN

A. Penyajian Data

Berdasarkan penelitian yang dilakukan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi maka dapat disajikan data, sebagai berikut:

1. Informan Pertama

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dilapangan dengan melakukan wawancara langsung kepada konsumen *handbody* dosis tinggi sebagai informan pertama terkait implementasi pasal 7 undang-undang No.8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen pada produk kosmetik. Maka dapat diuraikan sebagai berikut :

Nama : SN
Alamat : Jl Pramuka
Umur : 21 Tahun
Agama : Islam
Status : Konsumen

Produk Kosmetik : *Handbody* berdosis tinggi

SN mengatakan bahwa pernah menggunakan dua buah *handbody* berdosis tinggi hampir dua bulan karena ingin memutihkan kulit. Hasil pemakaian kedua *handbody* tersebut masing-masing menghasilkan perubahan kulit yang berbeda-beda. *Handbody* berdosis tinggi yang pertama tidak ada perubahan sama sekali di kulit padahal penawaran yang diberikan dapat memutihkan secara cepat. Pada saat pemakaian *handbody* berdosis tinggi

kedua menghasilkan perubahan kulit menjadi putih tetapi kulit SN menimbulkan *strectmark* yang merupakan efek samping dari pemakaian *handbody* berdosis tinggi tersebut.

SN sebelumnya tidak menanyakan informasi terkait produk tersebut, Namun pelaku usaha memberikan informasi melalui deskripsi produk di marketplace berupa manfaat, aturan pakai dan di kemasannya polosan hanya mencantumkan tanggal kadaluwarsa. SN juga tidak komplain terkait dampak yang dialami karena sebelumnya SN juga diberikan informasi mengenai efek samping yang nantinya akan terjadi jika pemakaiann secara berlebihan.

Kendala SN dalam hal ini tidak ada karena informasi yang diberikan sesuai baik dari segi manfaat aturan pakai dan efek samping yang terjadi hanya saja selama pemakaian *handbody* tersebut kulitnya menimbulkan *strectmark*, namun hal ini telah di informasikan pelaku usaha ¹

2. Informan Kedua

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dilapangan dengan melakukan wawancara langsung kepada konsumen *handbody* berdosis tinggi sebagai informan kedua terkait implementasi pasal 7 undang-undang No.8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen pada produk kosmetik. Maka dapat diuraikan sebagai berikut:

Nama : Riska (Nama Samaran)

Alamat : Jl.Beruntung jaya

¹ SN, Konsumen *Handbody* Berdosis Tinggi, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 7 Juni 2023 Pukul.20.00 WITA

Umur : 21 Tahun

Agama : Islam

Status : Konsumen

Produk Kosmetik : *Handbody* berdosisi tinggi

Riska mengatakan bahwa pernah menggunakan dua buah *handbody* berdosisi tinggi lebih dari dua bulan karena melihat teman dan testimonial/hasil pemakaian yang dibagikan oleh pelaku usaha di sosial media. Pemakaian kedua *handbody* tersebut menghasilkan perubahan kulit yang sama-sama memutihkan kulit namun ada efek samping berupa pengelupasan kulit dan salah satu *handbody* baunya sangat menyengat. Namun setelah berhenti pemakaian *handbody* tersebut kulit kembali seperti semula.

Riska sebelumnya tidak menanyakan informasi terkait produk tersebut, Namun informasi yang diberikan pelaku usaha masing-masing berbeda. *Handbody* yang pertama di deskripsi produk berupa manfaat dan anjuran pakai. *Handbody* yang kedua informasi diberikan berbentuk pamflet dan stiker bercetak printer di kemasannya yang berisikan manfaat dan anjuran pakai. Untuk informasi mengenai efek samping pengelupasan kulit, baunya menyengat, komposisi dan tanggal kadaluwarsa tidak ada di informasikan baik secara langsung ataupun tidak langsung. Riska juga tidak komplain terkait kurangnya informasi tersebut karena menurutnya lewat testimonial yang dibagikan pelaku usaha sudah membuatnya percaya itu aman digunakan.

Kendala Riska dalam hal ini mudah tergiur dengan penawaran atau informasi yang pelaku usaha bagikan di sosial media tanpa mengetahui lebih jelasnya tentang produk *handbody* berdosis tinggi itu sendiri.²

3. Informan Ketiga

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dilapangan dengan melakukan wawancara langsung kepada konsumen *handbody* berdosis tinggi sebagai informan ketiga terkait implementasi pasal 7 undang-undang No.8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen pada produk kosmetik di Kota Banjarmasin. Maka dapat diuraikan sebagai berikut:

Nama : AR

Alamat : Jl.Beruntung jaya

Umur : 22 Tahun

Agama : Islam

Status : Konsumen

Produk Kosmetik : *Handbody* berdosis tinggi

AR mengatakan bahwa baru pertama kali menggunakan *handbody* berdosis tiga bulan karena melihat teman yang menggunakan terbukti manfaatnya sehingga AR menitip juga dengan temannya untuk membelikan *handbody* tersebut. Pemakaian *handbody* tersebut tidak menghasilkan perubahan kulit menjadi putih tetapi menghasilkan perubahan kulit menjadi hitam dibagian tangan.

² Riska (Nama Samaran), Konsumen *Handbody* Berdosis Tinggi, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 10 Juni 2023 Pukul.14.00 WITA

AR sebelumnya tidak menanyakan informasi terkait produk tersebut karena tidak membeli secara langsung dengan pelaku usahanya, Namun yang AR tahu *handbody* tersebut bermanfaat untuk memutihkan kulit secara cepat. Informasi yang diberikan pelaku usaha yaitu di stiker yang ditempelkan di kemasan berupa tata pemakaian, peringatan dan tanggal kadaluwarsa. AR tidak dapat komplain karena AR tidak tahu dengan pelaku usahanya dan temannya sudah tidak mempunyai kontak pelaku usahanya lagi.

Kendala AR dalam hal ini ketidaktahuan dengan pelaku usahanya karena tidak membeli secara langsung melainkan melalui perantara sehingga kesulitan ketika ingin mengkomplain.³

4. Informan Keempat

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dilapangan dengan melakukan wawancara langsung kepada Konsumen *handbody* berdosis tinggi sebagai informan keempat terkait implementasi pasal 7 undang-undang No.8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen pada produk *handbody* dosis tinggi. Maka dapat diuraikan sebagai berikut:

Nama : Alya (Nama Samaran)

Alamat : Jl Sultan Adam

Umur : 21 Tahun

Agama : Islam

Status : Konsumen

Produk Kosmetik : *Handbody* berdosis tinggi

³AR, Konsumen *Handbody* Berdosis Tinggi, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 9 Juni 2023 Pukul.17.00 WITA

Alya mengatakan bahwa pernah menggunakan dua buah *handbody* berdosis tinggi selama satu tahun karena ingin mempercantik diri. Hasil pemakaian kedua *handbody* tersebut masing masing menghasilkan perubahan kulit yang berbeda-beda. *Handbody* berdosis tinggi yang pertama menghasilkan perubahan kulit menjadi putih dan *handbody* berdosis tinggi yang kedua tidak menghasilkan perubahan apapun di kulit. Namun setelah berhenti pemakaian *handbody* berdosis tinggi kulit nya menimbulkan *strectmark*.

Alya sebelumnya menanyakan informasi terkait produk tersebut, apakah benar *handbod* nya cepat untuk memutihkan kulit dan tidak menimbulkan *strectmark*. Dan pelaku usahanya membenarkan manfaatnya dan mengklaim tidak akan menimbulkan *strectmark*. Adapun informasi lain yang diberikan pelaku usaha yaitu manfaatnya untuk mempercepat pemutihan kulit, membuat kulit glowing dan lembab, menghilangkan *strectmark* dan bekas koreng. Dikemasannya pun juga terdapat stiker berupa merek dan tata cara pemakaiannya. Dari hasil pemakaian Alya yang menimbulkan *strectmark* tersebut. Alya tidak ada komplain namun Alya tidak membeli produk tersebut lagi.

Kendala Alya dalam hal ini terlalu percaya dengan informasi atau penawaran yang diberikan pelaku usaha tanpa mengetahui kebenaran dan kejujuran pelaku usaha tersebut.⁴

⁴ Alya, Konsumen *Handbody* Berdosis Tinggi, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 9 Juni 2023 Pukul.20.00 WITA

5. Informan Kelima

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dilapangan dengan melakukan wawancara langsung kepada Konsumen *handbody* berdosis tinggi sebagai informan kelima terkait implementasi pasal 7 undang-undang No.8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen pada produk *handbody* dosis tinggi. Maka dapat diuraikan sebagai berikut:

Nama : Mira (Nama Samaran)

Alamat : Jl.Pelambuan

Umur : 23 Tahun

Agama : Islam

Status : Konsumen

Produk Kosmetik : *Handbody* berdosis tinggi

Mira mengatakan bahwa baru pertama kali menggunakan *handbody* berdosis tinggi selama delapan bulan karena pelaku usaha mempromosikan lewat akun sosial medianya dan terbukti pemakaiannya. Hasil pemakaian *handbody* tersebut sesuai dengan informasi atau penawaran yang diberikan pelaku usaha.

Mira sebelumnya menanyakan informasi terkait produk tersebut dan pelaku usaha memberikan informasi secara jelas berupa berupa manfaat untuk memutihkan kulit dan membuat kulit menjadi bersih, tata cara pemakaian dan peringatan agar saat pemakaian jangan terkena paparan sinar matahari secara langsung serta efek samping berupa pengelupasan kulit saat pemakaian. Informasi lainnya diberikan di botol kemasan berupa tata cara pemakaian dan

peringatan. Dalam hal ini Mira tidak merasakan ada kendala karena informasi yang diberikan telah sesuai.⁵

⁵ Mira, Konsumen *Handbody* Berdosis Tinggi, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 15 Juni 2023 Pukul.11.00 WITA

Tabel 4.1 Matrix Implementasi dan Kendala Konsumen Dalam Pasal 7 Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pada Produk Kosmetik di Kota Banjarmasin

NO	Nama	Implementasi Pasal 7 UUPK	Kendala Konsumen
1	SN	Informasi diberikan pelaku usaha melalui deskripsi produk berupa manfaat, aturan pakai, efek samping dan di kemasan mencantumkan tanggal kadaluwarsa.	Tidak ada kendala karena informasi yang diberikan telah sesuai baik dari segi manfaat aturan pakai dan efek samping yang terjadi, hanya saja selama pemakaian <i>handbody</i> tersebut kulitnya menimbulkan <i>strectmark</i> sesuai dengan informasi yang diberikan.
2	Riska	Informasi diberikan pelaku usaha melalui deskripsi produk berupa manfaat dan anjuran pakai dan juga berbentuk pamflet yang dibagikan pelaku usaha di akun sosial media miliknya serta terdapat stiker di kemasan yang berisikan manfaat dan anjuran pakai. Untuk informasi mengenai efek samping, baunya menyengat, kandungan, dan tanggal kadaluwarsa tidak ada di informasikan baik secara langsung ataupun dikemasannya.	Konsumen mudah tergiur dengan penawaran atau informasi yang pelaku usaha bagikan di sosial media tanpa ingin mengetahui lebih jelasnya tentang produk <i>handbody</i> berdosisi tinggi itu sendiri.
3	AR	AR hanya mengetahui manfaat dari <i>handbody</i> tersebut. Informasi lainnya diberikan dalam cetakan print yang ditempelkan di kemasan seperti tata cara pemakaian, peringatan dan tanggal kadaluwarsa.	Ketidaktahuan konsumen dengan pelaku usahanya karena tidak membeli secara langsung melainkan melalui perantara sehingga kesulitan ketika ingin mengkomplain.
4	Alya	Informasi diberikan pelaku usaha berupa manfaat untuk mempercepat pemutihan kulit, membuat kulit glowing dan lembab, menghilangkan <i>strectmark</i> dan bekas koreng di kemasan terdapat cetakan print merek dan tata cara pemakaiannya. Namun efek samping berupa menimbulkan <i>strectmark</i> dan bulu berlebat tidak ada di informasikan oleh pelaku usaha.	Kepercayaan konsumen dengan informasi atau penawaran yang diberikan pelaku usaha tanpa mengetahui kebenaran dan kejujuran pelaku usaha tersebut.
5	Mira	Informasi diberikan pelaku usaha berupa manfaatnya, tata cara pemakaian, peringatan dan efek samping secara jelas.	Konsumen tidak merasakan ada kendala karena informasi yang diberikan sesuai.

B. Analisis Data

1. Implementasi Pasal 7 Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pada Produk Kosmetik di Kota Banjarmasin

Keberadaan undang-undang ini sangat menentukan kedudukan konsumen dan pelaku usaha karena dalam undang-undang tersebut konsumen dan pelaku usaha sama-sama memiliki hak dan kewajiban serta aturan-aturan lainnya yang bersangkutan dengan keduanya.

Hak dan kewajiban dalam bisnis merupakan dua sisi yang bersifat saling timbal balik. Artinya, hak salah satu pihak akan menjadi kewajiban pihak lain, dan begitu pula sebaliknya kewajiban salah satu pihak menjadi hak pihak lain.⁶

Pengetahuan tentang hak-hak konsumen sangat penting tujuannya jika terjadi tindakan yang melanggar ketentuan UU terhadap konsumen, konsumen bisa bertindak untuk memperjuangkan hak-haknya.⁷

Berdasarkan hasil penelitian yang terdapat dalam data di atas mengenai implementasi pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen pada kosmetik *handbody* berdosis tinggi, maka penulis akan melakukan analisis terhadap penyajian data tersebut.

⁶ Burhanuddin, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen & Sertifikasi Halal* (Malang: UIN Maliki Press, 2011), hlm.11.

⁷ Rima Basuki Diah Lestari, *Perlindungan Hukum Bagi Pengguna Pemutih Badan Ilegal ditinjau dari UU Perlindungan Konsumen*, *Skripsi*, (Surabaya:Universitas Bhayangkara, 2021),hlm.28

Di antara 5 konsumen *handbody* berdosis tinggi yang menjadi subjek penelitian, terdapat 2 konsumen yang pelaku usahanya mengimplementasikan pasal 7 UUPK dan 3 konsumen yang pelaku usahanya belum mengimplementasikan pasal 7 UUPK. Hasil data yang telah dilakukan penulis dilapangan, sebagian besar masih terdapat konsumen yang mendapatkan kerugian atas penggunaan produk kosmetik tersebut dikarenakan masih kurangnya informasi dan kejujuran dari pelaku usaha.

Dalam perspektif hukum ekonomi Islam perdagangan yang adil dan jujur menurut Al-Quran adalah perdagangan yang tidak menzalimi dan tidak pula dizhalimi. Allah berfirman dalam QS.al-Baqarah(2):279 yang berbunyi:

أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ

“Kamu tidak berbuat zalim (merugikan) dan tidak dizalimi (dirugikan)”

Dalam konteks perdagangan tentu saja ayat tersebut mengandung perintah perlindungan konsumen, bahwa antara pelaku usaha dan konsumen dilarang untuk saling menzalimi. Konsep perdagangan dalam Islam harus dilandasi dengan nilai-nilai dan etika yang menjunjung tinggi kejujuran dan keadilan bisnis.⁸

Dalam kajian hukum Islam kebenaran dan keakuratan informasi ketika seorang pelaku usaha mempromosikan barang dagangannya menempati kajian yang sangat signifikan. Informasi yang harus diberikan kepada konsumen tidak hanya berhubungan dengan kuantitas dan kualitas tetapi juga berkaitan dengan efek samping atau bahaya pemakaian,

⁸ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, hlm.41.

perlindungan terhadap kepercayaan agama halal dan haram. Salah satu cacatnya rasa saling rela adalah tidak adanya kesesuaian antara sifat/kriteria barang yang disampaikan pelaku usaha dengan konsumen atau yang diharapkan konsumen menimbulkan penyesalain sebagai tanda dari rusaknya rasa saling rela.⁹

Karena Islam menghendaki adanya unsur keadilan, kejujuran dan tranparansi yang dilandasi nilai keimanan dalam praktik perdagangan maka Islam memberikan ruang bagi konsumen dan pelaku usaha untuk mempertahankan hak haknya yang dikenal dengan istilah *khiyar*. Dasar disyariatkannya *khiyar* berdasarkan hadis Nabi Saw, antara lain:

عَنْ ابْنِ عُمَرَ عَنِ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَنَّهُ قَالَ: إِذَا تَبَايَعَ الرَّجُلَانِ فَكُلُّ وَاحِدٍ مِنْهُمَا بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا وَكَانَا جَمِيعًا أَوْ يُخَيَّرُ أَحَدُهُمَا الْآخَرَ فَإِنْ خَيَّرَ أَحَدُهُمَا الْآخَرَ فَتَبَايَعَا عَلَى ذَلِكَ فَقَدْ وَجَبَ الْبَيْعُ وَإِنْ تَفَرَّقَا بَعْدَ أَنْ تَبَايَعَا وَلَمْ يَثْرُكْ وَاحِدٌ مِنْهُمَا الْبَيْعَ فَقَدْ وَجَبَ الْبَيْعُ. – رواه البخاري ومسلم

“Dari Ibnu Umar ra. dari Rasulullah Saw, bahwa beliau bersabda, “Apabila ada dua orang melakukan transaksi jual beli, maka masing-masing dari mereka (mempunyai) hak khiyar, selama mereka belum berpisah dan mereka masih berkumpul atau salah satu pihak memberikan hak khiyarnya kepada pihak yang lain. Namun jika salah satu pihak memberikan hak khiyar kepada yang lain lalu terjadi jual beli, maka jadilah jual beli itu, dan jika mereka telah berpisah sesudah terjadi jual beli itu, sedang salah seorang di antara mereka tidak (meninggalkan) jual belinya, maka jual beli telah terjadi (juga).” (HR. Al.Bukhari dan Muslim)

⁹ Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*, hlm.201.

Diantara solusi yang diberikan dalam hukum Islam terhadap konsumen, apabila terjadi ketidak sesuaian antara promosi dengan sifat barang maka konsumen akan mempunyai hak *khiyar*, diantaranya *khiyar tadlis*, *khiyar aib* dan *khiyar ru'yah*.

Khiyar tadlis yaitu hak untuk membatalkan atau melanjutkan transaksi karena menyembunyikan cacat barang, seperti penjual yang mempromosikan suatu barang sehingga kelihatan barang tersebut mempunyai kelebihan melebihi keadaan sebenarnya.¹⁰

Terdapat juga *khiyar aib* yaitu hak untuk membatalkan atau melanjutkan akad bila ditemukan cacat. Haram bagi seseorang menjual barang yang memiliki cacat produk tanpa menjelaskan kepada konsumen. Uqabah bin Amir menyatakan bahwa Rasulullah Saw pernah bersabda:

المُسْلِمُ أَخُو الْمُسْلِمِ وَلَا يَحِلُّ لِمُسْلِمٍ بَاعَ مِنْ أَخِيهِ بَيْعًا فِيهِ عَيْبٌ إِلَّا بَيَّنَّهُ

“Seorang Muslim adalah saudara bagi Muslim lainnya. Tidak halal bagi seorang muslim menjual sesuatu kepada saudaranya sementara di dalamnya terdapat cacat, kecuali ia menjelaskannya” (HR.Ahmad, Ibnu Majah, dan Tabrani)”

Khiyar ru'yah yaitu hak khiyar terhadap pembeli ketika melihat barang yang akan dibeli karena ketika akad berlangsung ia tidak menyaksikan barang tersebut.¹¹ Hal ini didasarkan pada Hadis Rasulullah Saw:

¹⁰ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, hlm.58.

¹¹ Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*, hlm.205.

مَنْ اشْتَرَى شَيْئًا لَمْ يَرَ فَهُوَ بِالْخِيَارِ إِذَا رَأَاهُ أَنْ شَاءَ أَحْذَهُ وَأَنْ اسَاءَ تَرَكَهُ

“Barang siapa yang membeli sesuatu dan ia belum melihatnya maka ia memiliki *khiyar* jika melihatnya; Jika ingin ia boleh mengambilnya, jika ingin ia pun boleh meninggalkannya”.¹²

Dalam Pasal 7 “memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan” merupakan kewajiban pelaku usaha. Ketidak sesuaian informasi yang diberikan terkait barang tersebut merupakan bentuk pelanggaran yang dilakukan pelaku usaha dalam bentuk memasarkan barang sehingga pihak konsumen mendapatkan kerugian karena mendapatkan barang yang tidak sesuai dengan apa yang di tawarkan.

Jika dilihat dalam pasal 4 konsumen juga memiliki hak hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa dan hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.¹³ Secara umum ada empat aspek hak dasar konsumen yaitu, hak untuk mendapat/memperoleh keamanan, hak untuk memilih, hak untuk mendapat informasi dan hak untuk didengarkan. Hal ini dimaksudkan agar menjaga konsumen dari perilaku pelaku usaha yang nantinya dapat merugikan dan membahayakan keselamatan dan kesehatan konsumen.

Informasi merupakan hal pokok yang dibutuhkan oleh setiap konsumen agar saat memutuskan membeli tidak terjebak dalam kondisi

¹² Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, hlm. 62.

¹³ “UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen [JDIH BPK RI],” pasal 4.

resiko buruk yang mungkin akan timbul. Konsumen memiliki hak untuk mengetahui ciri negatif dari suatu produk seperti efek samping dari mengkonsumsi suatu produk dan adanya peringatan dalam label kemasan¹⁴ Sebagai konsumen juga harus cerdas dalam memilih milih produk yang akan dipergunakan agar nantinya tidak merasa dirugikan. Konsumen selain perlu memahami hak dan kewajibannya juga perlu tahu hak dan kewajiban pelaku usaha agar dapat memahami kedudukannya.

Penyampaian informasi yang benar terhadap konsumen mengenai suatu produk agar konsumen tidak salah terhadap gambaran mengenai suatu produk tertentu. Penyampaian informasi terhadap konsumen tersebut dapat berupa representasi, peringatan, maupun yang berupa instruksi. Pencantuman informasi bagi konsumen yang berupa peringatan, instruksi atau petunjuk prosedur pemakaian suatu produk merupakan kewajiban bagi pelaku usaha agar produknya tidak dianggap cacat (karena ketiadaan informasi atau informasi tidak memadai).¹⁵

Jika dilihat dalam UUPK pelaku usaha juga mempunyai larangan-larangan diantaranya, pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang, tidak sesuai dengan janji dinyatakan dalam label, etiket keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut, tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan

¹⁴ Rosmawati, *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, hlm.52.

¹⁵ Rosmawati, *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, hlm.68.

pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus di pasang/dibuat.¹⁶

2. Kendala konsumen dalam implementasi pasal 7 Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen pada produk kosmetik di kota Banjarmasin

Berdasarkan hasil penelitian yang terdapat dalam data di atas mengenai Implementasi Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pada Kosmetik *Handbody* Berdosis Tinggi, maka penulis akan melakukan analisis terhadap penyajian data tersebut.

Diantara 5 konsumen *handbody* berdosis tinggi yang menjadi subjek penelitian, penulis mendapatkan informasi terkait kendala dalam mendapatkan informasi dari pelaku usaha, sebagai berikut :

- a. Konsumen mudah tergiur dengan penawaran atau informasi yang pelaku usaha bagikan di sosial media tanpa ingin mengetahui lebih jelasnya tentang produk *handbody* berdosis tinggi itu sendiri.
- b. Ketidaktahuan konsumen dengan pelaku usahanya karena tidak membeli secara langsung melainkan melalui perantara sehingga kesulitan ketika ingin mengkomplain.
- c. Kepercayaan konsumen dengan informasi atau penawaran yang diberikan pelaku usaha tanpa mengetahui kebenaran dan kejujuran pelaku usaha tersebut.

¹⁶ “UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen [JDIH BPK RI],” pasal 8.

Namun seperti yang dicantumkan dalam teori etika bisnis Islam bahwasanya pelaku usaha dalam membangun bisnis yang sehat dan islam hendaknya sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Ada atau tidaknya konsumen yang mengkomplain terkait hasil pemakaian yang merugikan seharusnya pelaku usaha tetap dapat menggunakan prinsip etika bisnis diantaranya:

a. Keseimbangan

Islam sangat menganjurkan untuk berbuat adil dalam berbisnis dan melarang berbuat curang atau berlaku dzolim.¹⁷ Islam menuntut konsumen dan pelaku usaha dalam keadaan keseimbangan/kesejajaran yang mana tidak mementingkan kepentingan individu.

b. Kehendak bebas

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis islam. Dengan kehendak bebas, konsumen bisa menjatuhkan pilihan yang benar dan juga salah.¹⁸ Dalam hal ini konsumen mempunyai pilihan dalam memilih produk yang ingin digunakan.

c. Tanggung jawab

Untuk memenuhi pertanggung jawaban tindakannya secara logis prinsip ini berhubungan erat dengan kehendak bebas. Ia menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan bertanggung jawab atas semua yang dilakukannya. Dalam hal ini konsumen yang merasa dirugikan berhak mendapatkan pertanggung jawaban dari pelaku usaha.

¹⁷ Dinah Fauziah, *Etika Bisnis Syariah*, hlm.12.

¹⁸ Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, hlm.17.

Pelaku usaha berkewajiban memberi kompensasi, ganti rugi atau penggantian barang apabila barang yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian. Sehingga perlakuan yang adil sama-sama di dapatkan oleh pelaku usaha dan konsumen.

d. Kebenaran, Kebajikan Dan Kejujuran

Dalam bisnis membangun kepercayaan adalah hal yang sangat mendasar dalam kegiatan bisnis. Dalam hal ini pelaku usaha harus mampu berbuat jujur atau adil terhadap konsumen. Dalam firman Allah Swt. QS. Al-An'am: 152

وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدُوا وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا ذَلِكُمْ وَصَاكُم بِهِ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

“Dan apabila kamu berkata, maka hendaklah kamu berlaku adil, kendatipun ia adalah kerabat(mu), dan penuhilah janji Allah. Yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat.”

Dalam menjual barang seharusnya yang baik mutunya. Menyembunyikan mutu sama halnya dengan berbuat bohong yang berarti mengabaikan tanggung jawab. Padahal tanggung jawab yang diharapkan adalah tanggung jawab yang berkeimbangan antara konsumen dan pelaku usaha¹⁹.

Dalam kajian hukum Islam kebenaran dan keakuratan informasi ketika seorang pelaku usaha mempromosikan barang dagangannya menempati kajian yang sangat signifikan. Pada umumnya prinsip-prinsip yang berlaku dalam bisnis yang baik sesungguhnya tidak bisa dilepaskan dari kehidupan

¹⁹ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam* (Malang: UIN Malang Press, 2007), hlm.25.

kita sehari-hari dan prinsip-prinsip ini sangat berhubungan erat dengan sistem nilai-nilai yang dianut di kehidupan masyarakat.