

BAB IV

**ANALISIS *SADD AL-DHARI'AH* DAN HUKUM POSITIF DI INDONESIA
TERHADAP JUAL BELI PRODUK KECANTIKAN YANG TIDAK ADA
INFORMASI PENGGUNAAN BARANG DALAM BAHASA INDONESIA**

A. Analisis *Sadd al-Dhari'ah* terhadap Jual Beli Produk Kecantikan yang Tidak Ada Informasi Penggunaan Barang dalam Bahasa Indonesia

Setiap individu pasti mempunyai kebutuhan, salah satu cara dalam memenuhi kebutuhan dengan mengadakan transaksi jual beli. Pada dasarnya semua transaksi jual beli diperbolehkan dalam Islam sebagaimana firman Allah dalam al Quran surah al Baqarah 2: [275]. Dengan melakukan jual beli seseorang akan mendapatkan apa yang dibutuhkan. Dalam transaksi jual beli harus terpenuhi rukun dan syaratnya. Termasuk rukun jual beli yaitu¹:

1. Ada orang yang berakad atau *al muta'qidain* (penjual dan pembeli);
2. Ada *sighat* (lafal ijab dan qobul);
3. Ada barang yang dibeli (*ma'qud 'alaih*); dan
4. Ada nilai tukar pengganti barang.

Mengenai tidak adanya informasi penggunaan barang berkaitan dengan rukun jual beli pada barang yang dibeli (*ma'qud 'alaih*), bahwa setiap objek jual beli/ barang tidak boleh menyembunyikan informasi apapun. Adapun syarat barang yang dijual (*ma'qud 'alaih*) ialah:

1. Suci, maka tidak sah memperjualbelikan barang yang tidak suci/
najis.

¹ Abdul Rahman Ghazaly, dkk. cet ke 2, *Fiqh Muamalat*; (Jakarta: Kencana, 2012), 71.
digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Melihat semakin luasnya pasar Asia memicu mudahnya barang diimpor di wilayah Indonesia, semua barang yang masuk wilayah Indonesia harus sesuai prosedur dan memenuhi beberapa syarat seperti GMP (*Good Manufacturing Practices*) oleh produsen; *Sertificate of Resell*; dan Surat Ijin Edar dari Badan Pengawas Obat & Makanan. BPOM adalah salah satu badan terkait yang memiliki wewenang untuk memberi ijin atas suatu produk, setelah mengantongi surat ijin edar maka suatu produk sudah bisa dijamin mutu dan keamanannya. Namun, dengan meningkatnya minat konsumen akan produk kecantikan dikhawatirkan bermunculan produk-produk selundupan/ illegal. Jika terdapat pelaku usaha yang melanggar ketentuan, maka dilarang memperdagangkan barang dan wajib menariknya dari peredaran.

Produk yang demikian menjadi kewaspadaan sendiri bagi konsumen yang seharusnya juga menjadi kesadaran bagi produsen/ pabrik agar tidak melakukan hal yang curang dengan tidak mencantumkan label berbahasa Indonesia. Karena dampak/ efek bagi kesehatan menjadi hal utama bagi konsumen, sebaiknya sebelum konsumen memilih dan membeli produk kosmetik terlebih dahulu mengecek informasi yang tertera pada label kemasan sehingga konsumen mengerti isi kandungan produk. Selain itu, konsumen juga harus memahami produk kosmetik sesuai jenis kulit, sehingga konsumen tidak memakai dengan sembarangan. Karena bisa jadi konsumen mempunyai iritasi atau alergi-alergi tertentu pada bahan yang ada pada produk.

Telah ditemukan banyak kasus di lapangan terkait penarikan kosmetik yang tidak memenuhi ketentuan (TMK) misal tidak tercantum bahasa Indonesia atau hanya ada keterangan bahasa latin *korea*/ bahasa asing. Seperti penarikan terhadap kosmetik baik illegal ataupun kurang memenuhi persyaratan yang sering dilakukan oleh Tim Pemeriksa BBPOM. Peran pemerintah dan badan terkait dirasa sangat perlu untuk memberi pendampingan terhadap produk-produk. Baik produk yang akan didaftarkan maupun yang telah beredar di masyarakat agar dilaksanakan penilaian ulang pada sampel produk apakah masih tetap seperti awal dahulu didaftarkan.

Diperlukan pula kesadaran pelaku usaha/ produsen agar mempertimbangkan unsur-unsur keselamatan dan kesehatan produk nantinya bagi konsumen. Bukan hanya sekedar menciptakan produk baru, tetapi juga melihat bahan kandungan aman atau tidaknya bagi konsumen serta tidak menimbulkan suatu kerusakan atau kerugian. Bagi konsumen juga perlu adanya tingkat kesadaran tinggi dan menjadi konsumen cerdas yang mencermati isi label sebelum membeli kosmetik, sesuaikan dengan kondisi kulit agar tidak mudah tergiur dengan iming-iming yang belum tentu menjanjikan karena konsumen belum mengetahui betul dampak bagi kesehatan dalam jangka waktu yang panjang. Contoh pada produk masker wajah Naturgo Shiseido dan Chia Seed.