

Penerapan Asas – Asas Muamalah dan Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap Jual Beli Kosmetik *Preloved*

Widiyanti*, Nandang Ihwanudin, Shindu Irwansyah

Prodi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*widiyantiwidiw@gmail.com,nandangihwanudin.ekis@gmail.com,shinduirwansyah@gmail.com

Abstract. The cosmetics and *skincare marketplace* facebook group is a facebook group that trades *preloved* cosmetics. Where *preloved* cosmetics are defined as cosmetics that have been liked by previous users or used cosmetics. The purpose of this study is to find out how the practice of buying and selling *preloved* cosmetics and the application of the principles of muamalah and law number 8 of 1999 to the sale and purchase of *preloved* cosmetics in the cosmetics and *skincare marketplace* facebook group. The research method used is descriptive qualitative with a normative sociological approach. This type of research is field research with data collection techniques, namely observation, interviews and documentation. The results of this study are some of the buying and selling practices that are appropriate and that are not in accordance with the concept of buying and selling, the principles of muamalah and law number 8 of 1999 concerning consumer protection.

Keywords: *Preloved Cosmetics, Muamalah Principles, Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection.*

Abstrak. Grup facebook *marketplace* kosmetik dan *skincare* merupakan grup facebook yang memperjual belikan kosmetik *preloved*. Dimana kosmetik *preloved* diartikan sebagai kosmetik yang pernah disukai oleh pengguna sebelumnya atau kosmetik seken (bekas). Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana praktik jual beli kosmetik *preloved* serta penerapan asas – asas muamalah dan undang – undang nomor 8 tahun 1999 terhadap jual beli kosmetik *preloved* di grup facebook *marketplace* kosmetik dan *skincare*. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif dengan pendekatan sosiologis normatif. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah sebagian praktik jual beli ada yang sesuai da nada yang tidak sesuai dengan konsep jual beli, asas – asas muamalah dan undang – undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.

Kata Kunci: *Kosmetik Preloved, Asas – Asas Muamalah, Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.*

A. Pendahuluan

Muamalah adalah tukar menukar barang, jasa atau segala sesuatu yang dapat memberikan manfaat dengan cara yang telah ditentukan. Jual beli bagian dari muamalah. Jual beli adalah proses tukar – menukar barang oleh seseorang (penjual) dengan orang lain (pembeli) yang dilakukan dengan cara – cara tertentu (akad) yang menyatakan kepemilikan selamanya dan didasari atas saling merelakan tidak ada unsur keterpaksaan pada keduanya. Hukum dasar dari jual beli adalah boleh. Allah berfirman dalam Al – Qur’an:

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

“Hai orang – orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh Allah Maha Penyayang kepadamu.”(QS. An- Nisa [4] : 29)

Maksud dari ayat diatas ialah Allah SWT melarang kaum muslimin untuk memakan harta orang lain secara *bathil* (tidak benar), hal tersebut memiliki arti yang luas yakni melakukan transaksi ekonomi yang bertentangan dengan syara’ seperti halnya berbasis *Maysir, Gharar, Haram, Riba dan Bathil (MAGHRIB)*. Hal tersebut sejalan dengan Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 2 yang menjelaskan bahwa “Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum”. Jual beli *online* saat ini tidak hanya mencakup jual beli barang keperluan sehari – hari saja, tetapi ada pula transaksi yang menjual belikan berupa barang – barang bekas pemakaian orang seperti halnya kosmetik *preloved*. Kosmetik merupakan salah satu kebutuhan manusia khususnya wanita guna mempercantik atau memperindah penampilannya. Sedangkan *preloved* dapat diartikan barang yang pernah disukai atau yang pernah digunakan (seken atau bekas).

Melalui layanan internet yaitu *facebook*, dengan menggunakan fitur grup *facebook* para pengguna dapat memasarkan produk dan barang atau jasa miliknya dengan melakukan posting atau mengunggah foto disertai dengan deskripsi tentang produk. Salah satu grup *facebook* dengan nama *marketplace* kosmetik dan *skincare* adalah grup yang melakukan transaksi jual beli kosmetik *preloved*. Pada akun grup tersebut menawarkan berbagai macam kosmetik *preloved*nya seperti: bedak, *lipstick, foundation, sunscreen, blush on, eyes shadow, mascara, brush makeup, skincare* dan lain sebagainya. Dalam transaksi tersebut penjual memposting barang yang dijual disertai harga, alasan, spesifikasi, alasan dan kontak yang dapat dihubungi.

Penjual memberikan alasan mengapa mereka menjual kembali kosmetik *preloved* di grup tersebut, karena sering sekali membeli kosmetik baru dan hanya menggunakan kosmetik tersebut beberapa kali saja karena saat digunakan pada wajahnya tidak cocok dengan kosmetik yang dibeli, sehingga untuk menghindari *kemubadziran* jika dibiarkan terlalu lama maka penjual memutuskan untuk menjual kembali kosmetik *preloved*nya dengan harga yang lebih murah dari harga pasar. Bukan tanpa alasan bagi konsumen yang lebih memilih membeli dan menggunakan kosmetik *preloved*, selain harganya murah kosmetik *preloved* juga sering digunakan untuk mengetahui cocok atau tidaknya kosmetik tersebut dengan kulit wajah konsumen. Namun dalam hal ini ada salah satu konsumen mengaku bahwa keadaan wajah mereka tidak menjadi lebih baik setelah membeli dan memakai kosmetik *preloved*. Adapula konsumen yang merasa dirinya dirugikan dalam transaksi ini karena kosmetik *preloved* yang diterima tidak sesuai dengan keterangan yang penjual berikan. Pada akun grup *marketplace* kosmetik dan *skincare* terdapat beberapa transaksi kosmetik *preloved* yang memiliki ketidakjelasan dalam pelaksanaannya, seperti mengenai kualitas dan kuantitas kosmetik *preloved* yang di jual. Ketidakjelasan tersebut dikhawatirkan menjadi sesuatu yang *gharar*.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana praktik jual beli kosmetik *preloved* pada akun grup *facebook marketplace* kosmetik dan *skincare*?

2. Bagaimana penerapan asas – asas muamalah dan Undang – Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap jual beli kosmetik *preloved* pada akun grup *facebook marketplace* kosmetik dan *skincare*?
Selanjutnya tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:
 1. Untuk mengetahui praktik jual beli kosmetik *preloved* pada akun grup *facebook marketplaces* kosmetik dan *skincare*.
 2. Untuk mengetahui penerapan asas – asas muamalah dan Undang – Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap jual beli kosmetik *preloved* pada akun grup *facebook marketplaces* kosmetik dan *skincare*.

B. Metodologi Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif. Penelitian ini dilakukan secara langsung kepada pelaku usaha dan konsumen yang pernah bertransaksi di grup *marketplace* kosmetik dan *skincare* guna mendapatkan data yang konkrit mengenai jual beli kosmetik *preloved* yang kemudian data – data tersebut diteliti berdasarkan teori hukum islam dan undang – undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan sosiologis normatif, dengan jenis data penelitian bersifat lapangan dan kepustakaan. Data bersumber dari data primer yang berupa hasil observasi dan wawancara mendalam serta data sekunder yang diperoleh dari berbagai literatur. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Serta teknik analisis data menggunakan pengumpulan data yang kemudian di olah dan dianalisis berdasarkan pada sumber – sumber tertulis guna memecahkan atau mencari jawaban yang akurat terhadap masalah jual beli kosmetik *preloved* di akun grup *facebook marketplace* kosmetik dan *skincare*, yang nantinya akan ditarik kesimpulan oleh peneliti.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Ditinjau dari Fikih Muamalah

Dalam fikih muamalah jual beli termasuk kedalam ruang lingkup muamalah madiyah karena jual beli membahas dan mengkaji mengenai objek kebendaan dan cara memperoleh harta untuk dimiliki. Jual beli adalah proses tukar – menukar barang oleh seseorang (penjual) dengan orang lain (pembeli) yang dilakukan dengan cara – cara tertentu (akad) yang menyatakan kepemilikan selamanya dan didasari atas saling merelakan tidak ada unsur keterpaksaan pada keduanya. Dasar hukum jual beli adalah boleh, sebagaimana telah tertuang dalam QS. An- Nisa [4] : 29.

Sebagaimana kita ketahui dalam praktik jual beli terdapat rukun dan syarat yang harus terpenuhi. Karena apabila rukun dan syarat jual beli tersebut tidak terpenuhi, maka jual beli tersebut menjadi tidak sah atau batal.

Adapun rukun dan syarat yang harus dipenuhi dalam praktik jual beli diantaranya:

1. Orang yang berakad (*'aqid*). Bersyaratkan; berakal, kehendak sendiri, baligh dan merdeka
2. Objek akad (*ma'qud alaih*). Bersyaratkan; barang itu ada ditempat akan tetapi pihak penjual menyatakan kesanggupan untuk mengadakan barang itu, dapat dimanfaatkan dan bermanfaat bagi manusia, milik seseorang, boleh diserahkan saat akad berlangsung, barang yang jelas zatnya, ukuran dan disifatnya (dapat diketahui).
3. *Shigat* (ijab qabul). Bersyaratkan; pernyataan qabul sesuai dengan ijab. Misal seorang penjual menyatakan “saya menjual barang ini Rp. 20.000” kemudian pembeli berkata “saya beli barang ini Rp. 20.000”. apabila antara keduanya tidak sesuai maka jual beli tidak sah, dan ijab qabul dilakukan dalam satu majelis.

Berdasarkan hasil dari penelitian yang penulis lakukan dalam praktik jual beli yang dilakukan di akun grup *facebook marketplace* kosmetik dan *skincare* melalui wawancara dengan konsumen, masih ada pelaku usaha yang memberikan informasi tidak jelas mengenai kualitas dan kuantitas kosmetik *preloved* yang dijualnya berupa menyembunyikan kecacatan dan ketidakjujuran mengenai kuantitas dalam produk yang dijual. Dan hasil dari pengamatan penulis pada akun grup *facebook marketplace* kosmetik dan *skincare* ada pelaku usaha yang melakukan penipuan kepada konsumen berupa barang yang tidak dikirim padahal konsumen telah

mentranfer sejumlah uang ke rekening penjual tersebut.

Dari pemaparan diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa jual beli yang dilakukan oleh salah satu pelaku usaha yang ada di grup *facebook marketplace* kosmetik dan *skincare* tidak sah karena belum memenuhi syarat objek dalam jual beli serta mengandung unsur *gharar*.

Ditinjau dari Asas – Asas Muamalah

Asas – asas muamalah terdiri dari asas '*adalah* (keadilan), asas *mu'awanah*, asas *musyarakah*, asas *manfa'ah* (*tabadul manafi'*), asas *antaradhin*, asas *adamul gharar*, asas *al – huriyah* (kebebasan berakad), asas *musawwah* (persamaan) dan asas *ash – shiddiq* (kejujuran).

Dari ke sembilan asas muamalah tersebut, hanya asas *mu'awanah* dan asas *musawwah* saja yang diterapkan oleh penjual kepada konsumen dalam praktik jual beli kosmetik *preloved* di akun grup *facebook marketplace* kosmetik dan *skincare*. Dimana dalam asas *mu'awanah* secara tidak langsung konsumen membantu pelaku usaha dengan membeli kosmetik *preloved* yang diposting oleh penjual. Lalu untuk asas *musawwah* baik pelaku usaha ataupun konsumen sama – sama menempatkan diri sebagai manusia yang melakukan transaksi jual beli. Sedangkan tujuh dari sembilan asas muamalah tidak diterapkan oleh penjual saat melakukan transaksi diantaranya:

1. Asas '*adalah* (keadilan)
Dari hasil wawancara dengan konsumen yang melakukan transaksi jual beli di akun grup *facebook marketplace* kosmetik dan *skincare* dengan menggunakan sistem pembayaran transfer bank, mereka menyatakan bahwa ada biaya tambahan saat melakukan transaksi. Dimana konsumen harus membayar biaya admin yang harus di bayarkan oleh konsumen tersebut dikarenakan bank tujuan konsumen untuk mentransfer harga yang disepakati berbeda dengan bank yang digunakan oleh pelaku usaha.
2. Asas *musyarakah*
Dari hasil pengamatan dan wawancara dengan konsumen, asas *musyarakah* ini belum diterapkan dikarenakan masih terdapat beberapa konsumen yang dirugikan oleh pedagang. Seperti hasil pengamatan penulis ada beberapa konsumen yang dirugikan berupa barang yang tidak dikirim padahal telah terjadi kesepakatan transaksi antara kedua belah pihak.
3. Asas *manfa'ah* (*tabadul manafi'*)
Dalam penelitian ini, asas *manfa'ah* sendiri hanya digunakan oleh beberapa orang saja. Terlihat dari dari beberapa komentar atau *review* produk kosmetik *preloved* dalam akun grup tersebut. Namun hal tersebut hanya dirasakan oleh beberapa orang saja. Konsumen yang penulis wawancarai menyatakan bahwa saat kosmetik *preloved* yang ia dibeli dan terima, kosmetik tersebut sudah dalam keadaan mengering. Berarti dalam hal ini terdapat kecacatan dalam kualitas barang, karena barang yang diterima sudah tidak dapat di pakai ataupun dimanfaatkan.
4. Asas *antaradhin*
Dalam praktik jual beli yang dilakukan di akun grup *facebook marketplace* kosmetik dan *skincare*, bahwasannya pembeli menyukai dan membeli produk kosmetik *preloved* yang penjual posting tanpa ada paksaan dari pihak manapun dan penjual merelakan barang yang ia miliki untuk berpindah tangan kepada orang yang membeli barang tersebut. Dalam hal ini penjual mungkin merasa rela barang yang ia tawarkan di grup *facebook* tersebut berpindah tangan kepada orang lain. Namun di sisi lain konsumen merasa tidak rela dengan barang yang ia beli dan ia sukai sebelumnya karena pada saat kosmetik *preloved* tersebut diterima konsumen, kosmetik *preloved* itu dalam keadaan cacat dan tidak sesuai dengan informasi yang diberikan oleh penjual.
5. Asas *adhamul gharar*
Asas *adhamul gharar* berarti setiap bentuk kegiatan muamalah tidak boleh ada unsur tipu daya atau sesuatu yang merugikan salah satu pihak yang akan mengakibatkan hilangnya kerelaan dalam bertransaksi jual beli.
Pada kenyataan dilapangan penulis menemukan beberapa hal yang tidak sesuai dengan penerapan asas ini. Karena masih ada penjual melakukan tipu daya dengan tidak

mengirim barang yang telah dibayar oleh konsumen. Kemudian masih ada penjual yang memberikan ketidakjelasan dalam memberikan informasi produk berupa kualitas dan kuantitas kosmetik *preloved* nya.

6. Asas *al – huriyah* (kebebasan berakad)

Dalam bermuamalah, setiap manusia memiliki kebebasan dalam membuat suatu perjanjian, termasuk menepati janji atau mengingkarinya. Praktik jual beli yang dilakukan di akun grup *facebook marketplace* kosmetik dan *skincare*, penjual dan pembeli dibebaskan dalam memilih sistem transaksi. Sistem transaksi yang ada pada grup tersebut ada dua yaitu sistem transfer bank dan sistem *cash on delivery* (COD). Untuk sistem COD digunakan apabila jarak tempuh antara penjual dan pembeli masih dalam batas wilayah yang sama. Namun kebanyakan konsumen lebih memilih sistem transfer bank karena lebih mudah praktis.

Dalam praktik jual beli kosmetik *preloved* ini, asas *al – huriyah* tidak diterapkan dengan baik. Menurut pengamatan penulis, masih ada penjual yang tidak mengirim barangnya kepada konsumen padahal penjual tersebut telah menerima uang dari konsumen yang membeli kosmetik *preloved*. Dalam hal ini berarti pelaku usaha telah melakukan wanprestasi jual beli.

Dalam pemasarannya pelaku usaha yang memposting kosmetik *preloved* di akun grup *facebook marketplace* kosmetik dan *skincare*, menyebutkan bahwa produk yang ia jual aman untuk digunakan. Namun berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu konsumen, konsumen tersebut menuturkan bahwa kulit wajahnya mengalami reaksi yang berdampak negatif saat pemakaian. Dalam hal ini pelaku usaha hanya mementingkan keuntungan pribadinya saja tanpa memperhatikan keamanan kosmetik *preloved* yang dijualnya.

7. Asas *ash - shiddiq*

Dalam kegiatan jual beli, sudah menjadi kewajiban pelaku usaha untuk memiliki sikap yang jujur. Dengan adanya sifat dan sikap yang jujur akan membangun kepercayaan bagi konsumen terhadap transaksi yang dilakukan sehingga tidak ada salah satu pihak yang dirugikan.

Dari hasil pengamatan dan wawancara dengan konsumen, dalam praktik jual beli yang dilakukan di akun grup *facebook marketplace* kosmetik dan *skincare*, salah satu konsumen menyebutkan bahwa konsumen tersebut tidak diberikan informasi yang benar mengenai kosmetik *preloved* yang ia beli. Menurut penuturan konsumen ia hanya diberikan informasi mengenai merek, harga, dan masa kadaluwarsa kosmetik *preloved* tersebut. Namun untuk kualitas dan kuantitasnya konsumen tidak diberikan informasi yang benar.

Dalam postingan penjual kosmetik tersebut aman dan tidak ada kecacatan serta isi dari kosmetik *preloved* yang ia jual sesuai dengan yang tertera di postingan. Namun setelah kosmetik *preloved* tersebut sampai ketangan konsumen, konsumen tersebut menyatakan adanya cacat barang berupa kosmetik *preloved (countor)* sudah mengering tidak dapat dipakai. Lalu ada konsumen lain menerangkan bahwa kuantitas atau isi dari kosmetik *preloved* berupa *lipscream* tidak sesuai dengan informasi yang penjual posting.

Berdasarkan dari hasil penelitian, penulis dapat menyimpulkan bahwasannya dalam hal ini asas *ash – shiddiq* tidak diterapkan dengan benar. Karena beberapa pelaku usaha tidak memberikan detail informasi yang benar kepada konsumen yang akan membeli kosmetik *preloved* di akun grup *facebook* tersebut.

Ditinjau dari UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen merupakan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Maka dapat dikatakan bahwa dalam hukum perlindungan konsumen terdapat upaya untuk melindungi hak – hak yang harus didapat oleh konsumen.

1. Hak konsumen

Berdasarkan undang – undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen yang

terdapat pada pasal 4 huruf (a) disebutkan bahwa hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa. Dalam penelitian ini hak konsumen belum terpenuhi, karena pelaku usaha tidak memberikan jaminan aman terhadap kosmetik *preloved* yang ia jual. Terbukti dengan adanya konsumen yang mengeluhkan keadaan wajahnya setelah pemakaian kosmetik *preloved*. Dalam hal ini pelaku usaha cenderung lebih fokus mencari keuntungan bagi dirinya sendiri tanpa memperhatikan keamanan dan keselamatan konsumennya.

Dalam pasal 4 huruf (c) disebutkan bahwa hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Berdasarkan pasal tersebut hak konsumen juga belum terpenuhi, karena penjual kosmetik *preloved* tidak memberikan informasi yang sebenar - benarnya pada saat ia memposting produk maupun pada saat akad jual beli bahwa kosmetik *preloved* yang ia jual terdapat kecacatan didalamnya berupa kosmetik (*countor*) yang sudah mengering sehingga tidak dapat digunakan lagi, kuantitas kosmetik *preloved* yang tidak sesuai dengan informasi yang diposting penjual. Kemudian dalam pasal 4 huruf (h) disebutkan bahwa hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau sebagaimana mestinya.

Dalam penelitian ini hak konsumen belum terpenuhi, karena rata – rata konsumen yang mengalami kerugian tidak pernah mendapatkan kompensasi atau ganti rugi dari pelaku usaha. Pembeli kosmetik *preloved* yang menerima barang yang tidak sesuai tidak mendapatkan ganti rugi karena biasanya setelah semua transaksi selesai, pelaku usaha langsung menghapus postingannya dan menonaktifkan akun facebook pribadinya.

2. Kewajiban pelaku usaha

Kewajiban pelaku usaha diatur dalam pasal 7 undang – undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Dalam pasal 7 ini sebelum menjalankan suatu usaha pelaku usaha harus tahu apa saja yang perlu dijalankan guna terpenuhinya hak – hak konsumen. Namun pada kenyataan dilapangan, saat penulis melakukan pengamatan di akun grup facebook *marketplace* kosmetik dan *skincare*, kewajiban – kewajiban tersebut tidak dijalankan oleh pelaku usaha.

Seperti berdasarkan pasal 7 huruf (b) bahwa memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan, penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.

Dalam penelitian ini, penjual kosmetik *preloved* tidak memberikan informasi yang sebenarnya dan menyembunyikan kecacatan barang yang ia jual serta tidak memberikan jaminan keamanan bagi konsumen yang mendapatkan dampak negatif dari pemakaian kosmetik *preloved*.

Kemudian pelaku usaha juga cenderung menghapus postingan bahkan menonaktifkan akun facebook pribadinya saat semua transaksi jual beli telah selesai. Hal ini membuat konsumen tidak dapat menghubungi penjual ketika terjadi dampak negatif yang disebabkan pemakaian kosmetik *preloved* dan adanya ketidak sesuaian barang yang diterima. Maka perilaku penjual tersebut tidak sesuai dengan pasal 7 huruf (f) bahwa memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan. Kemudian tidak sesuai juga dengan pasal 7 huruf (g) disebutkan bahwa memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

3. Perbuatan pelaku usaha yang dilarang

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan, bahwasannya kosmetik *preloved* yang penjual posting dan jual di akun grup facebook *marketplace* kosmetik dan *skincare*, pelaku usaha memperjualbelikan barang yang cacat atau bekas serta sudah terkontaminasi sebelumnya dan konsumen juga tidak diberi tahu mengenai asal – usul dari kosmetik *preloved* tersebut karena dikhawatirkan penjual memiliki riwayat penyakit kulit yang menular. Kemudian penjual juga tidak memberikan informasi baik kondisi, kualitas maupun kuantitas barang dengan jujur. Dalam hal ini tidak sesuai dengan pasal

8 ayat (2) yang menyebutkan bahwa pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang yang dimaksud.

Berdasarkan pasal 9 ayat (1) huruf (f) disebutkan bahwa pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah – olah barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi.

Dalam penelitian yang penulis lakukan, hal tersebut tidak sesuai dengan yang terjadi dilapangan, karena dilapangan ada beberapa penjual yang menyembunyikan dan tidak memberi tahu kepada konsumen mengenai kecacatan barang yang ia jual.

4. Tanggung jawab pelaku usaha

Berdasarkan pasal 19 undang – undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen disebutkan bahwa:

- a. Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
- b. Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang – undangan yang berlaku.
- c. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
- d. Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
- e. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Dalam penelitian ini, konsumen tidak mendapatkan ganti rugi baik berupa pengembalian uang ataupun penggantian barang, karena setelah transaksi selesai dan barang telah diterima oleh konsumen penjual dengan sengaja menghapus dan menonaktifkan akun facebook pribadinya. Jadi dalam hal ini konsumen tidak dapat menghubungi penjual untuk meminta ganti rugi.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan bahwa praktik jual beli kosmetik *preloved* yang dilakukan di grup facebook *marketplace* kosmetik dan *skincare* sebagian praktiknya ada yang sesuai dan ada yang tidak sesuai dengan konsep jual beli, asas – asas muamalah dan undang – undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Hal ini berdasarkan : 1) Sebagian praktik jual beli kosmetik *preloved* tidak memenuhi syarat objek jual beli. 2) Asas muamalah yang diterapkan pada praktik jual beli kosmetik *preloved* hanya asas *mua'awanah* dan asas *musawwah*. Sedangkan asas muamalah yang lain seperti asas '*adalah* (keadilan), asas *musyarakah*, asas *manfa'ah* (*tabadul manafi'*), asas *antaradhin*, asas *adamul gharar*, asas *al – huriyah* (kebebasan berakad), dan asas *ash – shiddiq* (kejujuran) belum diterapkan oleh sebagian penjual dalam praktik jual beli kosmetik *preloved* ini. 3) Kemudian undang – undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, sebagian praktik jual beli kosmetik *preloved* di akun grup facebook *marketplace* kosmetik dan *skincare*, hak – hak konsumen tidak dipenuhi oleh sebagian pelaku usaha, hal ini berdasarkan pada pasal 4 huruf (a), pasal 4 huruf (c) dan pasal 4 huruf (h). Serta dalam hal ini pelaku usaha juga tidak memenuhi kewajibannya yang berdasarkan pada pasal 7 huruf (b), pasal 7 huruf (f) dan pasal 7 huruf (g).

Acknowledge

Dalam penyusunan karya tulis ilmiah ini tidak terlepas dukungan dari berbagai pihak. Peneliti secara khusus mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Peneliti banyak menerima bimbingan

dan bantuan serta dorongan dari berbagai pihak baik yang bersifat moral maupun materil.

Daftar Pustaka

- [1] Anita, Shinta, Maman Surahman, and Yayat Rahmat Hidayat, 'Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Minyak Bekas Pakai (Studi Kasus Di Rumah Makan Warung Nenek)', *Seminar Penelitian Sivitas Akademika Unisba*, 4 No 2 (2018), 651 <<https://karyailmiah.unisba.ac.id>>
- [2] ———, 'Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Minyak Bekas Pakai (Studi Kasus Di Rumah Makan Warung Nenek)', *Seminar Penelitian Sivitas Akademika Unisba*, 4 No 2 (2018), 652 <<https://karyailmiah.unisba.ac.id>>
- [3] Anna, Safira, 'Tinjauan Etika Bisnis Islam Dan UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Praktik Jual Beli Produk Kosmetik Di Riva Store Cosmetic Madiun' (Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2019)
- [4] ———, 'Tinjauan Etika Bisnis Islam Dan UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Praktik Jual Beli Produk Kosmetik Di Riva Store Cosmetic Madiun' (institut agama Islam Negeri Ponorogo, 2019)
- [5] ———, 'Tinjauan Etika Bisnis Islam Dan UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Praktik Jual Beli Produk Kosmetik Di Riva Store Cosmetic Madiun' (Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2019)
- [6] Arrumaisyah, Ummu Sulaim, 'Transaksi Jual Beli Make Up *Preloved* Perspektif Maqashid Al - Syari'ah (Studi Kasus Di Online Shop *Preloved* Solo)' (Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2020)
- [7] Gozali, Ahmad, 'Jual Beli Handphone Lewat Media Sosial Menurut Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Kota Metro)' (Institut Agama Islam Negeri Metro, 2019)
- [8] Konsumen D, 'Wawancara Pribadi', *Konsumen Kosmetik Preloved*
- [9] Mubarak, Jaih, and Hasanudin, *Fikih Muamalah Maliyah Akad Jual Beli*, ed. by Iqbal Triadi Nugraha, Ketiga (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2018)
- [10] Munib, Abdul, 'HUKUM ISLAM DAN MUAMALAH (Asas-Asas Hukum Islam Dalam Bidang Muamalah)', *Al-Ulum Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Keislaman*, 5 No.1 (2018), 76 <<https://>>
- [11] Negara Republik Indonesia, Menteri Negara Sekretaris, *Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, 1999
- [12] ———, *Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen* (Jakarta, 1999)
- [13] Nurhasanah, Neneng, *Mudharabah Dalam Teori Dan Praktik*, ed. by anna, kesatu (Bandung: PT. Refika Aditama, 2015)
- [14] ———, *Mudharabah Dalam Teori Dan Praktis*, ed. by Anna, Kesatu (Bandung: PT. Refika Aditama, 2015)
- [15] Penjual Kosmetik B, 'Wawancara Pribadi', *Penjual Kosmetik Preloved*
- [16] RI, Kementerian Agama, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya* (Bandung: CV Mikhraj Khazanah Ilmu, 2011)
- [17] Yanti, Misi Suci, 'Tinjaun Hukum Islam Terhadap Etika Periklanan Dalam Jual Beli Online (Studi Di Aplikasi Shopee Dan Toko Online Insanishop Bandar Lampung)' (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020)
- [18] ———, 'Tinjaun Hukum Islam Terhadap Etika Periklanan Dalam Jual Beli Online (Studi Di Aplikasi Shopee Dan Toko Online Insanishop Bandar Lampung)' (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020).
- [19] Tousiya Syifa Manzilla, Surahman Maman, (2021). *Tinjauan Fikih Muamalah dan UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap Transaksi Jual Beli Dropshipping pada Marketplace X*. Jurnal Riset Ekonomi Syariah, 1(2), 94-103.