

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam hadir untuk menyempurnakan segala kebaikan dan memerangi atau paling tidak mengurangi keburukan. Seperti halnya dalam bentuk etika dan akhlak mulia yang diajarkan agama Islam adalah sifat mandiri, dengan begitu umat manusia tidak akan ketergantungan dengan orang lain. Sehingga umat manusia dapat mengatasi setiap masalah yang timbul dengan baik karena sudah terlatih atas kemandirian tersebut. Rasulullah tidak suka bahkan melarang umat manusia mempermalukan diri sendiri dengan cara mengemis atau bergantung pada orang lain. Rasulullah adalah suri tauladan yang baik dari segi akhlak, sifat, bahkan dalam bermuamalah pun beliau mengajarkan kebaikan.

Semakin umat manusia mempelajari kehidupan Rasulullah semakin terungkap juga uswah hasanahnya di bidang perekonomian. Menjadikan Nabi Muhammad sebagai ahli ekonomi dapat ditemukan dalam teori ekonomi yang diperkenalkannya sejak beliau masih kecil saat menjadi pedagang

ataupun saat menjadi pengendali atau produsen strategi di otoritas publik saat itu. Sudah pasti teori ekonomi yang diajukan bersifat umum karena erat kaitannya dengan zaman pada saat ini dan harus memperhitungkan segala permasalahan pada kondisi ekonomi saat ini yang terus berkembang.¹

Muamalah merupakan sesuatu yang mengatur kerjasama antara manusia satu dengan yang lainnya dalam masalah harta atau yang menyangkut dengan keuangan. Sebagaimana Ali Fikri yang memberi definisi muamalah yaitu ilmu yang mengatur perdagangan harta benda, manfaat atau jasa antar sesama manusia lewat perantara akad dan perjanjian.²

Seperti yang sudah diketahui, manusia adalah makhluk sosial yang tidak bisa hidup sendiri atau melepaskan diri dari aktivitas publik. Berdasarkan alasan dibalik penciptaan manusia sebagai pembawa perintah substansial untuk menjadi khalifah di bumi, Islam memerintahkan manusia untuk saling membantu dengan sifat-sifat *rahmatan lil 'alamiin*, yaitu menjadi manusia yang dapat menciptakan hubungan relasional keragaman antar sesama, humanisme, pertukaran ilmu pengetahuan, toleransi

¹ Mustafa Kamal Rokan, *Bisnis Ala Nabi: Teladan Rasulullah Saw. Dalam Berbisnis* (Bentang Pustaka, 2013), h. 10.

² Ahmad Zarkasih, *Pengantar Fiqih Muamalah* (Lentera Islam), h. 8.

beragama, dan menjaga serta memelihara alam semesta dengan sepenuh hati. Gagasan ini merupakan hal yang membuat masyarakat siap menyikapi persoalannya dalam menyelesaikan eksistensi berbangsa dan bernegara. Kemudian masalah ekonomi yang dihadapi umat Islam adalah tentang perdagangan (jual beli). Perdagangan dalam Islam mendapatkan apresiasi lebih karena salah satu kegiatan umat manusia tidak jauh dari bermuamalah.³

Allah berfirman dalam Al-Qur'an:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا 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 saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh Allah Maha Penyanyang kepadamu.” (Q.S. Annisa:29)

Berdasarkan ayat diatas, dijelaskan bahwa dalam bermuamalah tidak boleh melakukan perbuatan yang merugikan salah satu pihak, maka keduanya (penjual dan pembeli) harus

³ Ariyadi, *Jual Beli Online Ibnu Taimiyah, Sebuah Metode Istinbath Hukum Ibnu Taimiah tentang Menemukan Hukum Jual Beli Online: Diandra Kreatif* (Diandra Kreatif, 2018), h. 1-2.

sepakat sebelum memutuskan suatu hal agar tidak terjadinya kerugian diantara mereka. Sama halnya dengan hukum positif di Indonesia yaitu Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 tahun 1999 yang mengatur tentang pemberian perlindungan terhadap konsumen agar tidak terjadinya kerugian yang disebabkan oleh penjual atas barang dagangannya.

Seiring berkembangnya zaman, dewasa ini banyaknya orang-orang yang berbelanja pada *e-commerce*. Salah satu dampak majunya kehidupan manusia adalah jual beli produk perawatan wajah seperti skincare yang saat ini sedang digandrungi oleh kaum wanita bahkan laki-laki pun cukup banyak yang memakai rangkaian jenis skincare. Biasanya para pelaku usaha produk perawatan wajah menyediakan sample produk yang dapat dicoba oleh calon pembeli, namun sayangnya sample tersebut tidak dapat diperjualbelikan karena setiap pelaku usaha hanya menyediakan satu sample atas produknya. Bagaimanapun juga, item yang sering dijual itu berukuran besar, namun tidak sedikit orang cukup ragu untuk membelinya karena takut akan tidak cocok dengan produk itu sehingga menimbulkan hal yang tidak diinginkan terhadap kulit wajah.

Dengan adanya fenomena tersebut maka banyak pelaku usaha perawatan wajah yang terinspirasi untuk menjual skincare dengan kemasan cukup ekonomis seperti produk sample. Konsep ini memindahkan skincare ukuran asli kedalam kemasan yang lebih ekonomis/ kecil, contohnya seperti produk yang berukuran 150 ml dipindahkan kedalam botol atau kemasan yang berukuran 50 ml, 30 ml, 20 ml, bahkan ada juga sampai 10 ml dan tentu saja harganya jauh lebih murah karena menyesuaikan kemasan produk. Kemasan ini sangat menguntungkan bagi para wanita yang selalu ingin mencoba produk baru tanpa harus membeli dengan harga yang cukup mahal dan apabila tidak cocok dengan produknya mereka tidak terlalu rugi karena hanya membeli ukuran yang kecil.

Dari banyaknya keuntungan yang didapat oleh konsumen terkait produk skincare yang dijual pelaku usaha, tidak sedikit pula konsumen yang merasa dirugikan. Karena dalam penelitian ini pelaku usaha menjual produk skincare dimana produsen tidak mengeluarkan kemasan ekonomis/kecil dan pelaku usaha tidak mempunyai izin mengemas kembali (*repacking*) produk skincare serta pelaku usaha bukan reseller resmi dari produk yang dijual. Dari pembelian skincare tersebut pelaku usaha tidak memberi

kejelasan atas produknya, misalnya tidak mencantumkan hal-hal yang seharusnya ada di dalam kemasan produk seperti tanggal kadaluarsa, komposisi, larangan dan efek samping atas jenis kulit yang harus dihindari produk tersebut. Jaminan originalitas produk ini juga cukup diragukan konsumen karena mereka tidak tahu bagaimana penjual memasukkan dan memindahkan produk kedalam kemasan lain, apakah kemasan tersebut sudah dilakukan sterilisasi dengan benar dan apakah produknya benar-benar tidak ditambahkan atau dicampurkan oleh bahan yang lain, itu bisa menjadi keraguan konsumen karena mereka tidak menyaksikan secara langsung proses yang dilakukan oleh pelaku usaha.

Seperti halnya dalam Islam, penjualan produk skincare harus sesuai dengan akad syariah yaitu atas dasar suka sama suka, dan sikap saling ridha' dalam melakukan setiap kegiatan muamalah agar tidak ada pihak yang merasa dirugikan. Atas permasalahan diatas yang mungkin saja terjadi, maka seharusnya pelaku usaha lebih memperhatikan hak-hak yang harus didapat oleh konsumen seperti yang tertera dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 tahun 1999 agar tidak terjadinya pelanggaran hak konsumen.

Berdasarkan permasalahan diatas, maka penulis melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Perlindungan Hukum Konsumen Dengan Jaminan Originalitas Produk Skincare Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Studi kasus pada *online shop* Shiwlinbeauty)”**.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana jaminan dan tanggung jawab pelaku usaha atas aspek originalitas produk skincare pada online shop “Shiwlinbeauty”?
2. Bagaimana perspektif hukum Islam terkait jaminan originalitas produk skincare pada *online shop* “Shiwlinbeauty”?
3. Bagaimana perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 tahun 1999 terkait jaminan originalitas produk skincare pada *online shop* “Shiwlinbeauty”?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui jaminan dan tanggung jawab pelaku usaha atas aspek originalitas produk skincare pada *online shop* “Shiwlinbeauty”.

2. Untuk menganalisis perspektif hukum Islam terkait jaminan originalitas produk skincare pada *online shop* “Shiwlinbeauty”.
3. Untuk menganalisis perspektif Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terkait jaminan originalitas produk skincare pada *online shop* “Shiwlinbeauty”.

D. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini yakni pada jaminan dan tanggung jawab pelaku usaha terhadap produk skincare serta perlindungan konsumen yang terjadi pada *onlineshop* “Shiwlinbeauty” yang ditinjau berdasarkan hukum Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen No.8 tahun 1999.

E. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan sumbangsih ilmu pengetahuan dan wawasan terhadap hukum muamalah terutama dalam praktik jual beli.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Penulis, hasil dari penelitian ini dapat membantu penulis memperoleh manfaat serta wawasan terhadap jaminan originalitas produk skincare supaya lebih

memperhatikan dan memilah dengan seksama sebelum membeli produk tersebut.

- b. Bagi Penjual, penelitian ini dapat membantu penjual untuk lebih mempertimbangkan hak-hak konsumen tanpa adanya kerugian pada salah satu pihak dan lebih memperhatikan dalam melayani konsumen.
- c. Bagi Akademik, penelitian ini dapat menambah bahan kepustakaan dan memberikan sumbangsih untuk penelitian selanjutnya.
- d. Bagi Pembaca, dapat menjadi sarana pengetahuan yang luas terhadap pembelian produk skincare agar lebih memperhatikan kebersihan produk dan jaminan originalitasnya.

F. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Kajian pustaka ini dimaksudkan untuk memuat teori pendukung yang relevan dan dapat menjadi pijakan penulis untuk melihat apakah sudah ada penelitian yang serupa pada fokus yang sama agar tidak terjadinya *plagiarism* terhadap penelitian

sebelumnya.⁴ Berikut adalah hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan:

1. Ni Nyoman Rani dan I Made Maharta Yasa, jurnal dengan judul “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Penjualan Produk Kosmetik Dalam Kemasan Kontainer (*Share in jar*)” mahasiswa dari Fakultas Hukum Universitas Udayana. Penelitian ini fokus membahas mengenai tanggung jawab pemilik toko terhadap konsumen yang dirugikan atas produknya, kemudian tanggung jawab yang harus diberikan oleh pemilik toko ialah memberikan ganti rugi atas kerugian yang dialami konsumen dengan mengganti barang yang baru atau membalikkan uang konsumen (*refund*) sesuai dengan Pasal 19 UU Perlindungan Konsumen No. 8 tahun 1999.⁵

Perbedaan penelitian ini dengan penulis yaitu terletak pada objeknya, objek yang dilakukan peneliti ini mengenai tanggung jawab pemilik toko atas kerugian konsumennya, sedangkan objek penelitian penulis adalah mengenai segala

⁴ Firdaus dan Fakhry Zamzam, *Aplikasi Metodologi Penelitian* (Deepublish, 2018), h. 66.

⁵ I Made Maharta Yasa, Ni Nyoman Rani, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Penjualan Produk Kosmetik Dalam Kemasan Kontainer (*share in jar*)” Vol. 6:3 (2018): h. 2. ojs.unud.ac.id/index.php/kerthasemaya/article/view/54313

bentuk perlindungan terhadap konsumen mulai dari UU Perlindungan Konsumen dan hukum Islam yang mengatur segala permasalahan ini. Kemudian persamaan keduanya yaitu sama-sama membahas tentang perlindungan konsumen terkait produk perawatan wajah.

2. Adelia Wahyuningtyas, skripsi dengan judul “Analisis Sad Al-Dhari’ah dan Undang-Undang No. 8 tahun 1999 Terhadap Jual Beli Skincare *Share in jar* di Online Shop @Share_SkincareKediri” mahasiswa dari jurusan Hukum Ekonomi Syariah UIN Sunan Ampel Surabaya. Penelitian ini membahas bagaimana jual beli skincare dengan analisis Sad al-dhari’ah dan UUPK, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwasanya dalam analisis Sad al-dhari’ah tidak diperbolehkan karena masih meniadakan informasi yang jelas atas produknya dan juga adanya kecurangan pelaku usaha terhadap konsumennya kemudian dalam UUPK juga penjualan ini belum sesuai karena adanya beberapa produk yang belum BPOM dan tidak layak untuk diperjual belikan.⁶

Pebedaan penelitian ini dengan penulis yaitu terletak

⁶ Adelia Wahyuningtyas, “Analisis Sad Al-Dhari’ah dan Undang-Undang No. 8 tahun 1999 terhadap Jual Beli Skincare Share In Jar di Online Shop @share_skincarekediri,” 2021, h. vi. http://digilib.uinsby.ac.id/48544/2/Adelia%20Wahyuningtyas_C92217117.

pada objek kajiannya, penelitian ini menggunakan analisis Sad al-dhari'ah terhadap jual beli produk skincare sedangkan peneliti menggunakan Hukum Islam. Adapun persamaannya yaitu sama-sama membahas tentang skincare dan Undang-Undang No. 8 tahun 1999.

3. Sandra Setiawati, dengan judul “Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli Sistem *Share In Jar* di Toko Online Lilpawscorner Salatiga Perspektif Hukum Islam dan UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsimen”. Mahasiswa dari Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga. Penelitian ini membahas mengenai bagaimana perlindungan konsumen pada jual beli sistem kontainer di toko online Lilpawscorner dalam perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penjual sudah memberikan hak-hak konsumen seperti kejelasan dan spesifikasi dalam jual beli skincare ini, kemudian dalam hukum Islam pun telah memenuhi seluruh rukun dan syarat jual beli dan juga dalam UUPK telah

memenuhi rumusan pasal 2, pasal 4, pasal 7, dan pasal 8 Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 tahun 1999.

Perbedaan penelitian ini dengan penulis yaitu penulis fokus pada perlindungan konsumen atas jaminan originalitas produk skincare dengan kemasan yang lebih ekonomis, sedangkan peneliti fokus kedalam jaminan dan tanggung jawab pelaku usaha terhadap originalitas produk skincare yang dijual. Adapun persamaannya yaitu sama-sama membahas mengenai skincare yang ditinjau dalam perspektif hukum Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 tahun 1999.⁷

4. Yosi Krisharyawan, dengan judul “Tinjauan Mengenai Transaksi Jual Beli Melalui Belanja Online Menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan Undang-Undang No. 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”. Mahasiswa dari Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret ini membahas tentang bagaimana perjanjian yang dilakukan

⁷ Sandra Setiawati, “Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli Sistem Share In Jar di Toko Online Lilpawscorner Salatiga Perspektif Hukum Islam dan UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen,” PeerReviewed (IAIN SALATIGA, 2020) <http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/9820/>

dalam transaksi online melalui *e-commerce* apakah sudah sesuai dengan asas-asas yang tertera dalam transaksi jual beli dalam hukum perdata, dan hasilnya adalah asas-asas mereka sudah sesuai dengan yang ada salah satunya adalah syarat kebebasan berkontrak, dll.⁸

Perbedaan skripsi penulis dengan peneliti terletak pada sistem analisisnya, skripsi penulis ini menggunakan Hukum Perdata dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen atas permasalahan penelitiannya sedangkan peneliti menggunakan Hukum Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam penelitian mengenai jaminan originalitas produk skincare.

G. Kerangka Pemikiran

Perlindungan hukum adalah tindakan atau usaha untuk melindungi masyarakat dari tindakan sewenang-wenang oleh penguasa, bukan oleh aturan hukum menciptakan ketertiban dan kedamaian agar manusia dapat menikmati martabatnya sebagai

⁸ Yosi Krisharyawan, "Tinjauan Hukum Mengenai Transaksi Jual-Beli Melalui Situs Belanja Online (Online Shop) Menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen," 2015, h.v. <https://www.neliti.com/id/publications/26606/tinjauan-hukum-mengenai-transaksi-jual-beli-melalui-situs-belanja-onlineonline>.

manusia. Perlindungan hukum tidak akan terwujud jika keadilan belum ditegakkan dan diberlakukan.⁹ Perlindungan konsumen merupakan gambaran perlindungan hukum yang sering digunakan kepada konsumen untuk memenuhi seluruh hak-haknya apabila terjadi kerugian dari penjual.¹⁰ Perlindungan konsumen menurut hukum Islam terletak pada kehalalan dan keharaman. Kegiatan ekonomi Islam yang termasuk kedalam perlindungan konsumen meliputi perlindungan bahan yang digunakan, aktivitas produksi dan distribusi, tujuan produksi, sampai pada konsekuensi menggunakan atau memakai jasa itu.¹¹ Sedangkan perlindungan konsumen menurut Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah segala upaya perlindungan hukum terhadap konsumen.¹² Dengan adanya upaya ini, maka konsumen mempunyai hak dan jaminan atas perlindungan hukum, serta terjaga keamanannya apabila terjadi kerusakan atau cacat barang dan hal-hal yang bisa merugikan konsumen. Hal ini berlaku untuk

⁹ Ika Atikah, "Consumer Protection and Fintech Companies In Indonesia :Innovations and Challenges Of the Financial Services Authority", Jurnal Hukum dan Peradilan, Vol. 9, no. 1 (2020), UIN SMH Banten, h. 136

¹⁰ Zulham, *Peran Negara Dalam Perlindungan Konsumen Muslim Terhadap Produk Halal* (Kencana, 2018), h. 50.

¹¹ Rosmawati, *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen* (Kencana, 2009), h. 9.

¹² "UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen [JDIH BPK RI]"

segala bentuk transaksi baik itu secara langsung maupun *online*, untuk memastikan bahwa konsumen dapat memenuhi kebutuhan dasarnya, maka perlindungan konsumen ini dibutuhkan. Selain itu, dapat dikatakan perlindungan konsumen ini koin dengan dua sudut pandang yang berbeda, satu sisi adalah sisi konsumen dan sisi yang lain adalah sisi produsen, dan tidak mungkin hanya memanfaatkan satu sisi saja tanpa memanfaatkan keduanya sekaligus. Hal ini dapat diartikan bahwasanya kedua pihak, baik itu konsumen ataupun produsen harus saling adil dengan memperoleh hak dan kewajiban secara seimbang atau rata. Konsumen yang harus dilindungi hak-haknya seperti pada pembelian skincare yang tidak mendapatkan kejelasan produknya secara detail, hal ini dapat meragukan keoriginalitasan skincare kemasan asli.

Skincare sendiri merupakan rutinitas atau aktivitas merawat kulit wajah agar lebih sehat dan terawat. Tujuan dari perawatan ini adalah untuk merawat kulit dalam waktu yang lama dan mencegah penuaan dini. Produk skincare terdiri dari *facial wash*, toner, serum, *moisturizer*, *sunscreen*, *day cream and night cream*, *eye cream*, *lip balm*, *clay mask*, *scrub*, dll. Waktu yang tepat untuk menggunakan skincare yakni pada pagi dan malam hari setiap

harinya.¹³ Selain merawat kulit, skincare ini juga ampuh untuk memperbaiki setiap masalah kulit (*skin barrier*) seperti beruntusan, jerawat, kusam, dan flek hitam. Dari penjelasan ini dapat dikatakan bahwa skincare sangat berpengaruh dalam menjaga kesehatan kulit wajah, namun skincare juga dapat merusak kulit wajah apabila menggunakan produk skincare yang tidak cocok dan juga tidak original.

Originalitas dapat diartikan dengan suatu keaslian akan barang atau benda yang terjamin kualitas maupun kuantitasnya. Misalnya, banyaknya produk skincare yang beredar luas di pasaran membuat oknum yang tidak bertanggung jawab seringkali menjual produk tiruan atau KW untuk di distribusikan. Dengan itu konsumen harus lebih berhati-hati dalam membeli produk skincare, cara mudah yang dapat dilakukan seperti memastikan nomor BPOM yang tertera pada kemasan kemudian dapat dilakukan pengecekan melalui scan barcode pada kemasan. Namun hal tersebut tidak bisa menjamin keseluruhannya, lebih baiknya lagi untuk membeli produk langsung pada *official store* agar terjamin keasliannya.

¹³ Nose Herbalindo, "Ini Dia Perbedaan Skincare dan Make Up yang Perlu Kamu Ketahui," <https://nose.co.id/perbedaan-skincare-dan-make-up>. Diakses pada tanggal 05 Oktober 2022 Pukul 22.40.

Dalam membeli produk skincare, hal ini lebih membutuhkan kejelasan produk dimana pelaku usaha harus memberikan spesifikasi secara lengkap terhadap apa yang dijualnya, karena skincare ini merupakan produk yang sensitif akan keoriginalitasannya. Pelaku usaha harus memberikan jaminan atas produk yang diperjualbelikan karena banyaknya skincare KW yang beredar luas dipasaran. Terlebih produk skincare yang dijual tidak mengeluarkan kemasan sample namun pelaku usaha mengemas ulang kemasan tanpa ada izin dari produsen terkait prosesnya. Dalam proses pemindahannya pun membutuhkan kejelasan atas informasi yang harus didapat oleh konsumen, ini merupakan suatu keharusan yang wajib dilakukan oleh pelaku usaha apalagi jual beli ini dilakukan pada situs online.¹⁴ Seharusnya produk skincare ini dapat diketahui lebih dahulu oleh konsumen mengenai bagaimana pelaku usaha memperoleh dan memindahkan produk kedalam kemasan lain agar tidak terjadi hal yang merugikan untuk salah satu pihak.

¹⁴ Ismiatul Qomariyah Syamu, "Jaminan originalis produk skincare kemasan share in jar di online shop perspektif undang - undang perlindungan konsumen: Studi pandangan mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah Angkatan 2017" (undergraduate, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2021). <http://etheses.uin-malang.ac.id/33862/>

H. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu cara untuk memecahkan masalah ataupun cara mengembangkan ilmu pengetahuan dengan menggunakan metode ilmiah.¹⁵

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian hukum empiris, yakni sebuah metode penelitian hukum yang konsepkan untuk melihat hukum dalam artian yang nyata (*actual behavior*) atau dapat dikatakan melihat, meneliti bagaimana bekerjanya hukum di masyarakat.¹⁶

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan perundang-undangan (*statue approach*), yaitu pendekatan yang dilakukan dengan cara menganalisa aturan dan regulasi yang berkaitan dengan isu hukum tersebut.¹⁷

3. Sumber Data Hukum

a. Sumber Hukum Primer merupakan sumber data pokok yang diperoleh melalui penelitian lapangan, hasil dari wawancara dengan pelaku usaha skincare dan konsumen.

¹⁵ Jonaedi Effendi dan Johnny Ibrahim, *Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, cetakan ke-3, (Kencana, 2020), h. 3.

¹⁶ Jonaedi Effendi, dan Johnny Ibrahim, *Metode Penelitian ...*, h. 150

¹⁷ Jonaedi Effendi, dan Johnny Ibrahim, *Metode Penelitian ...*, h. 131

- b. Sumber Hukum Sekunder merupakan sumber data yang diperoleh dari bahan pustaka seperti dari berbagai macam buku, jurnal atau artikel terdahulu yang mempunyai konsentrasi sama terhadap masalah yang diteliti guna membantu penelitian ini untuk memperluas data.

4. Teknik Pengumpulan Data

- a. Observasi

Observasi dilakukan untuk mencari bahan penelitian pada tahap awal dalam melakukan penelitian. Dalam hal ini peneliti mengunjungi, melihat, serta mengamati bagaimana proses yang dilakukan pelaku usaha terhadap produk skincare yang dijualnya.

- b. Wawancara

Wawancara dilakukan secara tatap muka oleh peneliti dan pemilik usaha serta konsumen yang membeli produk Shiwlinbeauty. Dalam hal ini peneliti melakukan tanya jawab secara langsung oleh keduanya agar penelitian yang dilakukan nyata adanya.

- c. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan untuk mencari data penunjang mengenai hal-hal yang berkaitan dengan

penelitian, dengan ini peneliti mengambil foto atau buku catatan terkait penelitian guna memperkuat data.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan proses mencari dan menyusun data dari hasil wawancara, data di lapangan, dan dokumentasi dengan cara menyatukan data ke dalam satu bagian kemudian memilih data mana yang akan dipisahkan agar tersusun dengan satu unit yang sama dan memilih bagian yang penting untuk dipelajari serta menarik kesimpulan agar mudah dipahami bagi peneliti atau pembaca.¹⁸

Peneliti menggunakan metode deskriptif, yakni **metode yang dilakukan untuk mengetahui gambaran, keadaan, suatu hal dengan cara mendeskripsikannya sedetail mungkin berdasarkan fakta yang ada.**

I. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini, peneliti membagi rencana pembahasan menjadi lima bab, sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Pendahuluan yang berisi pemaparan pokok permasalahan yang melatarbelakangi penelitian yang berisikan latar belakang masalah,

¹⁸ Iwan Hermawan, *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed Method)* (Hidayatul Quran, 2019), h. 150.

rumusan masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka pemikiran, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II: GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Peneliti mencantumkan beberapa bahasan mengenai sejarah berdirinya *online shop* “Shiwinbeauty”, produk-produk pada *online shop* “Shiwinbeauty”, sistem pembelian pada *online shop* “Shiwinbeauty”, dan garansi pada *online shop* “Shiwinbeauty”

BAB III: KAJIAN TEORITIS

Pada bab ini peneliti membahas mengenai perlindungan konsumen menurut Hukum Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 tahun 1999.

BAB IV: ANALISIS HASIL PENELITIAN

Pada bab ini mencakup semua jawaban dari permasalahan yang diteliti terkait jaminan dan tanggung jawab pelaku usaha serta perlindungan konsumen terhadap jaminan originalitas produk skincare pada *online shop* “Shiwinbeauty” perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

BAB V: PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dari permasalahan yang telah diteliti dan pembahasan yang sudah tersusun secara rapih serta saran dari peneliti, selain itu juga terdapat lampiran-lampiran jika diperlukan.