

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Insan manusia dilahirkan dengan fitrah sebagai individu yang bersosialisasi untuk berinteraksi dengan manusia atau masyarakat lainnya. Hal tersebut dikarenakan manusia haruslah hidup berdampingan dan tidak bisa seorang diri dalam mempertahankan kehidupannya. Allah SWT mempunyai tujuan dengan menciptakan adanya manusia, yakni untuk beribadah kepada Allah SWT. Ibadah merupakan cara manusia untuk lebih dekat kepada Sang Pencipta serta untuk mensyukuri nikmat yang telah diterimanya. Dalam menjalankan hidupnya manusia memiliki dua keterikatan hubungan dengan sesama manusia dan Allah SWT, keterikatan ini disebut dengan *Habluminallah*, yaitu keterikatan manusia dengan Allah SWT. Dan *Habluminannas*, yaitu keterikatan manusia dengan sesamanya.

Keterikatan manusia dengan sesama manusia dimulai dengan adanya interaksi dalam menjalankan suatu kegiatan, seperti kegiatan ekonomi yang dapat dikatakan sebagai kegiatan yang dapat memenuhi keperluan hidup masyarakat umum dengan melakukan kegiatan usaha. Kegiatan usaha tersebut dapat berupa sesuatu yang menghasilkan barang maupun jasa yang kemudian didistribusikan kepada masyarakat lainnya untuk dikonsumsi atau digunakan dalam kehidupan sehari-hari.

Islam telah mengatur semua kegiatan manusia dalam berkehidupan sehari-hari yang disebut dengan fikih. Fikih memiliki ruang lingkup tersendiri yang terdiri dari berbagai macam diantaranya, yaitu fikih muamalah dengan fikih ibadah. Muamalah diartikan sebagai interaksi atau berbaur dengan orang lain dalam melakukan jual beli.¹

Zaman yang semakin maju dan banyak pembaharuan dalam melakukan perkembangan bisnis, salah satunya kegiatan jual beli *online* melalui *e-commerce* atau *marketplace* yang tersebar di berbagai macam *platform*. Seiring dengan berkembangnya internet yang semakin mudah di akses bagi semua kalangan, hal ini dilakukan oleh masyarakat untuk mencari kebutuhan pokok serta kebutuhan lainnya di media sosial, hal tersebut membuat banyak masyarakat memanfaatkan perangkat elektronik seperti *handphone*, *iPad* serta perangkat elektronik lainnya. Kegiatan ini dilakukan karena banyak dari masyarakat yang tidak memiliki waktu luang untuk berbelanja secara langsung, tentunya hal tersebut membuat masyarakat lebih menghemat waktu dalam melakukan aktivitas.

Banyaknya para toko di *online shop* yang menawarkan berbagai macam produk membuat para pelaku bisnis melakukan inovasi dalam bisnisnya, seperti membuka layanan jasa titip dengan memperluas jaringan melalui media sosial dalam mempromosikannya melalui berbagai macam *platform* dengan berbagai penawaran, seperti *Instagram*, *Shopee*, *X*, *Tokopedia* dan masih banyak lagi yang sering dikenal dengan jasa titip *online*. Akan tetapi bagi para pelaku usaha dalam menggunakan media

¹ Rahmat Hidayat, *Fikih Muamalah Teori Dan Prinsip Hukum Ekonomi Syariah*, (Medan: CV Tunggaesti, 2022), h. 3-4.

sosial terutama pada jastip haruslah mencantumkan produknya ataupun kriteria sesuai dengan yang diperjualbelikan agar tidak menimbulkan kebohongan. Hal tersebut sesuai dengan UU No. 11 Tahun 2008 mengenai Informasi dan Transaksi Elektronik Pasal 28 ayat (1) yang berbunyi:

*“Semua orang yang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik.”*²

Pada kegiatan Jastip ini para jastip menjadi pihak kedua dalam kegiatan transaksi jual beli yang kemudian jastip tersebut memberikan harga pada jasanya berupa (*fee*) Upah. Banyaknya *fee* yang diberikan tergantung pada kesepakatan yang diterapkan pada setiap toko, walaupun dalam penerapannya terdapat suatu perbedaan pendapat, baik dalam hukum positif maupun hukum Islam.³

Pada akun yang membuka jasa titip tersebut biasanya memposting serta menaruh ketentuan apa yang harus dilaksanakan bagi para konsumen yang ingin membelinya pada *marketplace* yang dimilikinya. Terdapat beberapa resiko yang harus diperhatikan bagi para konsumen dalam melakukan kegiatan jasa titip ini adalah mengenai keaslian barang yang diterimanya nanti.

Kegiatan jasa titip atau yang dikenal dengan jastip akhir-akhir ini gemar dicari oleh masyarakat, hal tersebut dikarenakan para calon *customer* hanya membeli barang dan membayar *fee* yang

² Republik Indonesia, *Undang-Undang RI Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*, Pasal 28 Ayat (1).

³ Yusca Satria Alamsyah, dkk., (ed.), *“Jasa Titip (JASTIP) Barang Perspektif Hukum Islam dan Hukum Positif (Studi Kasus Akun Instagram @azkaestu)”*, *El Hisbah : Journal Of Islamic Economic Law*, Vol. 2, No1 (2022), h. 141

telah ditetapkan dan menunggu barang tersebut datang kerumah masing-masing atau dengan sistem lainnya. Layanan jasa titip *online* bukan hanya menawarkan produk seperti barang *fashion* lainnya. Bahkan seiring berjalannya waktu, banyak dari para konsumen yang menggunakan produk kecantikan dengan berbagai macam bentuknya dengan membelinya melalui jastip. Para konsumen biasanya akan mencari tahu warna atau *shade* yang sesuai dengan produk yang nanti akan dibeli. Akan tetapi jarang sekali dari mereka yang peduli mengenai keaslian produk dan kandungan yang ada didalamnya.

Seiring dengan banyaknya pesaing yang muncul dalam kegiatan *online shop*, maka banyak pula kekeliruan yang timbul di hati para *customer* dalam pemilihan toko *online shop*. Hal itu dikarenakan banyaknya kasus penipuan yang mengatas namakan jastip terlebih lagi baru-baru ini banyak jasa titip yang membuka jasa titipnya kapan saja tanpa perlu berada di suatu event atau kunjungan tertentu, oleh karenanya banyak para pelaku bisnis yang membuat kecurangan pada jasa titipan, banyak sekali produk yang dibelinya menyerupai aslinya dan para pelaku usaha tidak melakukan pengecekan ulang mengenai keaslian barang tersebut.

Di zaman yang canggih ini banyak cara yang dilakukan untuk memeriksa keaslian produk tersebut, seperti meng-scan *QR code* yang tertera, mengecek nomor BPOM dan yang lainnya. Tetapi banyak sekali para pelaku usaha yang membuat barang menyerupai produk asli yang ditawarkan, tidak menjelaskan mengenai produk yang diperjualbelikan dan tidak memberikan jaminan jika terjadinya barang cacat ataupun palsu, seperti kasus

produk *The Originote* dan *Somethinc* yang ditiru sedemikian rupa. Pada kasus *moisturizer The Originote* dan *Somethinc* banyak daripada konsumen yang tidak dapat membedakan produk tersebut karena kebanyakan dari mereka percaya kepada penyedia layanan jasa titip *online* dan banyak dari para pelaku usaha yang angkat tangan mengenai hal tersebut.

Banyaknya muncul kasus penipuan yang mengenai jastip ini maka perlu adanya perlindungan konsumen yang diberikan oleh para pelaku usaha kepada para konsumennya. Mengenai Jastip ini haruslah lebih berhati-hati dikarenakan jastip atau jasa titip merupakan pihak kedua yang akan membelikan barang tersebut kepada pihak pertama yang kemudian diberikan kepada konsumen. Bagi para konsumen yang melakukan kegiatan jual beli *online* seperti jasa titip haruslah mengetahui mengenai hak serta kewajiban yang diberikan para pelaku usaha kepada para *customer* dan tentunya harus berhati-hati ketika menerima barang yang dipesannya dan harus mengecek mengenai keaslian barang tersebut.

Para *customer* dalam menjalankan kegiatan jual beli sudah diatur mengenai hak dan kewajibannya, hal yang sama juga dimiliki oleh para pelaku usaha. Hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha sudah terdapat peraturan mengenai perlindungan konsumen yang terletak pada Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 mengenai Perlindungan Konsumen atau yang dikenal dengan UUPK dan mengenai hak konsumen serta kewajiban para pelaku usaha terletak pada Pasal 4 dan 7 UUPK.⁴

⁴ Republik Indonesia, *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, Pasal 4 ayat (8).

Karena meningkatnya peminat jasa titip, hal tersebut menyebabkan banyaknya *marketplace* yang menawarkan mengenai berbagai macam jasa titip, salah satunya melalui Instagram. Oleh karena itu peneliti ingin melakukan penelitian terhadap salah satu akun Instagram yang menyediakan sistem jasa titip, yaitu pada akun *@Jastipnyaacica*, dikarenakan pada akun tersebut membuka jasa titip pembelian pada barang atau produk kosmetik dan yang lainnya dan peneliti ingin mengkaji mengenai perlindungan konsumen terhadap jaminan keaslian barang yang ada pada akun Instagram tersebut.

Berdasarkan pada pada penjabaran latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka peneliti tertarik untuk mengkaji mengenai permasalahan tersebut dengan penelitian yang berjudul **“Tinjauan Hukum Islam dan Perlindungan Konsumen Terhadap Jaminan Originalitas Produk Kosmetik Pada Jasa Titip Online (Studi kasus Instagram @jastipnyaacica)”**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana perlindungan konsumen mengenai jaminan orginaitas produk kosmetik yang diberikan pelaku usaha kepada jasa titip *online* di akun Instagram “*@Jastipnyaacica*”?
2. Bagaimana perspektif hukum Islam mengenai jaminan originalitas yang diberikan pada produk kosmetik yang terdapat pada jasa titip di akun Instagram “*@Jastipnyaacica*”?

C. Fokus Penelitian

Pada penelitian ini penulis mengambil fokus mengenai jaminan serta tanggung jawab yang diberikan para pelaku usaha terhadap produk yang ditawarkan serta mengenai perlindungan konsumen yang diberikan pada akun Instagram “@jastipnyaacica” yang berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 tahun 1999 dan perspektif hukum Islam.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan apa yang telah dijabarkan pada latar belakang serta rumusan masalah yang juga disebutkan diatas, maka tujuan dari adanya penelitian ini yaitu:

- a. Untuk mengetahui perihal perlindungan yang didapatkan para konsumen dan kewajiban yang sesuai dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 mengenai Hak dan Kewajiban Konsumen dan Pelaku Usaha pada jasa titip pada akun Instagram “@Jastipnyaacica”
- b. Untuk mengetahui mengenai perspektif hukum Islam terhadap jaminan originalitas produk kosmetik pada jasa titip *online* pada akun Instagram “@Jastipnyaacica”

E. Manfaat Penelitian

Mengenai apa yang sudah dijelaskan diatas, maka manfaat yang dapat kita ambil dari penelitian ini dapat ditinjau secara teoritis maupun secara praktis, maka manfaat dari penelitian ini, yaitu:

1. Secara Teoritis

Manfaat dari adanya penelitian ini, maka diharapkan bagi para pembaca dapat memberikan tambahan mengenai

wawasan serta pengetahuan yang lebih luas terhadap praktik jual beli dalam bermuamalah.

2. Secara Praktis

- a) Manfaat bagi penulis, yaitu hasil yang didapatkan dari penelitian membuat penulis mendapatkan wawasan yang bermanfaat terhadap jaminan originalitas produk pada jasa titip *online* agar lebih peduli dan memperhatikan dengan baik sebelum membeli suatu produk.
- b) Manfaat bagi penjual, yaitu hasil dari penelitian ini membuat para penjual produk ataupun jasa lebih peduli dan mempertimbangkan mengenai hak-hak bagi konsumen supaya tidak ada siapapun pihak yang dirugikan pada kegiatan bermuamalah.
- c) Manfaat bagi akademik, yaitu penelitian yang dibuat oleh penulis dapat memberikan pengetahuan lebih untuk penelitian yang akan datang.
- d) Manfaat bagi pembaca, yaitu para pembaca mendapatkan ilmu pengetahuan yang luas mengenai pembelian produk melalui jasa titip supaya dapat lebih berhati-hati dalam membeli suatu produk melalui jasa titip dan lebih peduli terhadap jaminan originalitas.

F. Penelitian Dahulu yang Relevan

Pada kajian pustaka yang ditulis oleh peneliti dimaksudkan untuk memuat beberapa teori relevan yang mendukung penelitian. Kajian ini juga dapat dijadikan tumpuan dalam penulisan ini dan untuk dilihat apakah sebelumnya sudah terdapat penelitian yang sama atau serupa pada objek pembahasan yang sama, hal tersebut

nantinya dibuat agar tidak adanya plagiarisme pada penelitian.

Maka dari itu berikut merupakan hasil dari penelitian terdahulu:

NO	JUDUL	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1.	M. Reza Fahlevi dengan jurnal yang berjudul/ 2022/ Mahasiswa Universitas Lampung Mangkurat/ Jasa Titip Online (Jual Beli Dengan Pemberian Kuasa) Dalam Perspektif Kepastian Hukum	Membahas mengenai perlindungan konsumen yang berbelanja melalui media sosial.	Perbedaanya terletak pada objek pembahasan yang membahas mengenai hubungan hukum yang terbentuk dalam sebuah perjanjian sesuai dengan KUHPerduta buku III. Sedangkan peneliti membahas mengenai perlindungan konsumen terhadap originalitas produk yang terletak pada UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan dalam perspektif hukum Islam.
2.	Alpheratz Uzhma Fatria, Rinitami Njatrijani dan Amina/ 2022/ Mahasiswa Universitas Diponegoro/	Persamaan pembahasan keduanya, yakni sama-sama membahas mengenai perlindungan konsumen dalam	Perbedaan pembahasan ini terletak pada objeknya akibat hukum mengenai pengambilan merek dagang dan barang palsu.

	<p>Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Melakukan Penggunaan Jasa Titip Barang Secara <i>Online</i></p>	<p>berbelanja melalui media sosial.</p>	<p>Sedangkan peneliti pada penelitian ini membahas mengenai segala bentuk dari perlindungan kepada konsumen yang dimulai dari UU tentang perlindungan konsumen serta hukum Islam yang mengatur semua pembahasan masalah ini.</p>
3.	<p>Aan Handriani/ 2020/ Mahasiswi Universitas Pamulang/ Perlindungan Konsumen Dalam Perjanjian Transaksi Jual Beli <i>Online</i>.</p>	<p>Persamaan yang terdapat didalam keuda penelitian ini, yaitu sama-sama membahas mengenai perlindungan konsumen dalam bertransaksi melalui media sosial.</p>	<p>Perbedaan penelitian ini terletak pada objek pembahasannya, yakni pada jurnal ini membahas mengenai ketetapan hukum yang membahas mengenai kepastian hukum dalam bertransaksi online yang terletak didalam UU No. 11 Tahun 2008,</p>

			<p>serta membahas mengenai tata cara melakukan transaksi secara online. Sedangkan peneliti membahas mengenai membahas mengenai segala bentuk dari perlindungan kepada konsumen yang dimulai dari UU tentang perlindungan konsumen serta hukum Islam yang mengatur semua pembahasan masalah ini</p>
4.	<p>Lesi Agisni/Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Hasanuddin Banten/ Judul skripsi Perlindungan Konsumen Jual Beli <i>Online</i> Menurut</p>	<p>Persamaan pembahasan keduanya, yaitu sama-sama membahas mengenai perlindungan konsumen dalam berbelanja melalui media sosial.</p>	<p>Perbedaan penelitian ini terletak pada objek pembahasan yang membahas mengenai pandangan para konsumen dalam melakukan transaksi jual beli online</p>

	<p>Hukum Islam dan Hukum Positif</p>		<p>secara global. Sedangkan peneliti dalam penelitian ini membahas mengenai segala bentuk dari perlindungan kepada konsumen yang dimulai dari UU tentang perlindungan konsumen serta hukum Islam yang mengatur semua pembahasan masalah ini</p>
--	--------------------------------------	--	---

Keistimewaan dalam penelitian ini terletak pada objek pembahasan yang akan dibahas oleh peneliti yakni perlindungan konsumen yang diberikan oleh pelaku usaha jasa titip *online* dan apa saja jaminan yang diberikan oleh pelaku usaha dalam menjamin kualitas produk pada toko tersebut. Pada penelitian ini pula penulis membahas mengenai perlindungan konsumen yang didapatkan para *customer* yang terdapat dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 mengenai Perlindungan Konsumen dan juga membahas mengenai pandangan hukum Islam.

G. Kerangka Pemikiran

Perlindungan hukum diartikan sebagai suatu tindakan yang dilakukan untuk membuat perlindungan kepada masyarakat luas agar terhindar dari adanya perbuatan yang sewenang-wenang yang dapat merugikan masyarakat nantinya. Perlindungan hukum menurut Philipus M. Hadjon diartikan sebagai suatu tindakan yang dilakukan untuk memberikan perlindungan kepada para subjek hukum dengan menerapkan perangkat-perangkat hukum.⁵ Perlindungan konsumen adalah gambaran dari adanya perlindungan hukum yang sering diterapkan kepada konsumen. Hal tersebut dilakukan agar terhindar dari adanya perbuatan yang merugikan konsumen.⁶

Perlindungan konsumen diartikan sebagai tindakan yang diambil dalam kegiatan usaha untuk melindungi seluruh konsumen agar tidak terjadi suatu tindakan yang dilakukan dengan sekehendak hati oleh pengusaha, perlindungan konsumen dilakukan agar sebuah produk yang perdagangkan tidak merugikan pihak manapun terkhusus pembeli dalam kegiatan jual beli. Maka dari itu sebuah tindakan hukum tidak akan terjadi jika sebuah keadilan tidak dapat diperagakan dengan semestinya.⁷

⁵ Mushafi, dkk., (ed.), "Perlindungan Hukum Terhadap Hak-Hak Masyarakat Desa Dalam Kajian Terhadap UU No.6 Tahun 2014 Tentang Desa", *Legal Studies Journal*, Vol. 3 No. 2 (2023). <https://ejournal.unuja.ac.id/index.php/ljsj/article/view/7549>

⁶ Zulham, *Peran Negara Dalam Perlindungan Konsumen Muslim Terhadap Produk Halal*, (Jakarta: Kencana, 2018), h. 50

⁷ 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. 135-136. <http://dx.doi.org/10.25216/jhp.9.1.2020.132-153>

Pengertian lain mengenai perlindungan konsumen terdapat dalam UU No. 8 Tahun 1999 mengenai Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa perlindungan konsumen merupakan upaya dalam perlindungan hukum terhadap para konsumen. Adanya perlindungan konsumen bertujuan agar memberikan perlindungan pada konsumen mengenai kerugian ataupun ketidak sesuaian barang dalam kegiatan transaksi.⁸

Pada Pasal 4 dan 5 telah dijelaskan mengenai Hak dan Kewajiban yang didapatkan oleh para konsumen.⁹ Baik pelaku usaha atau konsumen memiliki hak serta kewajiban dalam melaksanakan kegiatan bisnis. Konsumen dalam kegiatan transaksi haruslah dilindungi setiap hak yang dimilikinya, seperti kejelasan produk pada kosmetik, baik berupa ingredients yang sudah dalam pengawasan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM).

Jastip (Jasa Titip) merupakan salah satu dari kegiatan mewakilkan seseorang dalam melakukan kegiatan pembelanjaan. Jasa titip sudah berkembang dengan bertambahnya berbagai macam produk dan berbagai macam media yang digunakan oleh pemilik jasa titip tersebut, baik *online* ataupun *offline*.

Jastip atau jasa titip merupakan pelaku usaha yang menjadi pihak kedua yang mewakilkan *customernya* untuk memberikan barangnya kepada pihak pertama, setelah para jastip membelikan

⁸ Try Krisna Monarchi, “*Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Jasa Titip (JASTIP) Melalui Media Sosial*”, Jom Fakultas Hukum, Vol. VII, No. 2 (2020), h. 8 <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFHUKUM/article/view/29265>

⁹ Ari Mariyana Angriyani dan Elisatris Gultom, “*Peran Negara Dalam Memberikan Perlindungan Konsumen Atas Penggunaan Produk Pangan Tidak Berlabel Halal Berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Halal*”, Widya Yuridika : Jurnal Hukum, Vol. 4, No. 1, (2021), h. 20-21. <https://doi.org/10.31328/wy.v4i1.2299>

barangnya kemudian barang tersebut barulah dikirimkan kepada pihak para konsumen. Dengan kata lain kegiatan transaksi Jastip, yaitu seorang *customer* mewakilkan kepada para pelaku usaha atau penyedia jasa titip *online* untuk membelikan suatu benda yang kemudian akan diberikan upah (*fee*) karena jasanya. Jika dilihat dari pengertian tersebut maka Jastip dikatakan sebagai suatu akad yang perwakilan dengan diberikannya upah (*fee*). Dalam hukum Islam kegiatan transaksi Jastip ini menggunakan akad *Wakalah Bil Ujrah*.

Jastip merupakan kegiatan transaksi yang dilakukan dengan adanya perantara orang lain untuk membelikan produk yang diinginkan tersebut. Jastip ini dilakukan dengan sistem *Pre-Order* atau pemesanan terlebih dahulu yang kemudian dilakukan pendataan oleh pemilik jastip agar pelaku usaha dapat membeli barang sesuai dengan pesanan para *customer* yang nantinya tidak timbul kesalahan dalam pembelian produk yang diinginkan para *customer*. Dalam Islam kegiatan ini terdapat dalam Q.S. Al-Baqarah ayat 282 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَيْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ

“Hai orang-orang beriman apabila kalian melakukan kegiatan muamalah seara tidak langsung, sepatutnya kalian menuliskannya”¹⁰

Pada kegiatan jastip biasanya para pelaku usaha akan mencantumkan terlebih dahulu produk yang akan dibelinya, yang akan nantinya para konsumen ingin menitip untuk dibelikan juga oleh jastip tersebut. Maraknya jastip yang dilakukan oleh para pelaku usaha dalam ataupun luar negeri sering kali menimbulkan

¹⁰ Departemen Agama RI, Al-Quran dan Terjemahan (Edisi Penyempurnaan 2019), (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran, 2019), h. 63

masalah, seperti adanya barang tiruan yang dijualnya. dimana dalam produk yang dijualnya seringkali merupakan produk tiruan atau *non-original*, hal tersebut membuat para konsumen takut untuk melakukan transaksi pembelian melalui *online*.

Originalitas atau yang dikenal dengan original diartikan sebagai keaslian mengenai suatu produk atau benda yang dapat dijamin kuantitas atau kualitasnya, seperti peredaran banyak produk kosmetik yang ditawarkan oleh para pihak yang tidak memiliki tanggung jawab atas barang yang dijualkan berupa barang tiruan. Mengenai peredaran barang Kw (kualitas) yang sudah banyak diedarkan kepada masyarakat, hal tersebut diharapkan masyarakat dapat berhati-hati dalam membeli produk kosmetik tersebut.

Terdapat beberapa cara yang digunakan untuk mengecek keaslian produk kosmetik yang diterimanya, seperti melihat dari segi bentuk, packaging dan mengecek nomor BPOM. Label *QR Code* sendiri merupakan susunan dari *barcode* dua sisi yang didalamnya memuat berbagai informasi terkait produk yang disediakan pihak perusahaan. Label *QR Code* sendiri diperuntukan untuk menjadi salah satu cara membedakan keaslian suatu produk.¹¹

Produk kecantikan pada umumnya meliputi skincare dan kosmetik. Skincare merupakan bagian dari perawatan kulit wajah manusia, *skincare* sendiri terdiri dari *serum*, *toner*, *moisturizer* dan yang lainnya. Sedangkan kosmetik diartikan sebagai sesuatu yang menghiasi bagian tubuh dari manusia, seperti bibir, mata ataupun

¹¹ Wiwin Yusdianti dan Budi Hartono “*Pengaruh Label Qr Code Produk Original dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk MS Glow (Studi Kasus Pada Konsumen di Pati)*”, Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & Sumber Daya Manusia, Vol. 3, No. 4 (2022), h. 22. <https://doi.org/10.47747/jnmjpsdm.v3i4.925>

bagian wajah lainnya. Dapat dikatakan bahwa kosmetik adalah sebuah aktivitas yang dilakukan merias dan memperindah wajah untuk menunjang penampilan yang membuat diri lebih percaya diri serta tidak adanya sifat untuk menyembuhkan atau mengobati penyakit tertentu.¹²

Dalam pemakaian produk tersebut haruslah kita mengetahui dan memahami kandungan dari produk tersebut, bukan hanya mengecek keaslian produk tersebut hal tersebut dilakukan jika terjadi alergi pada kulit tidak hanya membebani satu pihak. Berbeda halnya dengan terdapat kecacatan atau setelah diperiksa baik dalam *QR Code* atau BPOM terdapat ketidaksesuaian, maka pelaku usaha diwajibkan untuk mengganti rugi.

Kosmetik yang kita ketahui bukan hanya sekedar bedak ataupun *lipstick*, produk kosmetik di zaman sekarang semakin lama semakin banyak, diantaranya adalah *primer, foundation, cream blush* ataupun yang lainnya. Kosmetik sendiri dapat diartikan sebagai suatu bahan yang diaplikasikan pada bagian tubuh luar manusia seperti pada bibir, kuku dan organ *genital* pada tubuh, hal tersebut dilakukan guna membersihkan atau memelihara tubuh untuk memperbaiki kondisi tubuh. Pemakaian kosmetik sendiri dapat dipakai kapan saja tetapi dalam memberiskannya haruslah detail agar bersih sempurna agar tidak timbul masalah kulit nantinya, seperti penjelasan diatas dapat kita ketahui pemakain kosmetik juga dapat membuat kulit wajah tidak sehat dan rusak

¹² Ani Haerani, “Potensi Tanaman Kersen (*Muntingia Calabura L*) Sebagai Kosmetik : Riviw”, Jurnal Kesehatan Rajawali, Vol. 10, No. 2, (2020), h. 62 <https://ojs.rajawali.ac.id/index.php/JKR/article/view/71>

apabila pemakaian yang berlebihan dan juga produk yang dipakai tidaklah original.

Dalam melakukan pembelian produk kosmetik ataupun perawatan wajah lainnya haruslah lebih teliti lagi dalam melihat keaslian produk yang ditawarkan, dikarenakan wajah merupakan sesuatu yang sensitif para pelaku usaha haruslah memberikan jaminan atas produk yang dijualnya, hal tersebut dikhawatirkan karena terlalu banyak produk kosmetik palsu atau tiruan yang ditawarkan. Bagi para konsumen yang melakukan pembelian melalui haruslah dilindungi hak nya dalam melakukan transaksi, apalagi pembelian yang dilakukan melalui pihak ketiga dan melalui media sosial.

Dalam kegiatan Jatip ini perlindungan konsumen seharusnya lebih diperhatikan. Perlindungan konsumen diartikan sebagai suatu gambaran dari adanya perlindungan hukum yang diterapkan kepada para konsumen dalam memenuhi semua hak yang diperolehnya jika terjadi kerugian pada proses jual beli yang dilaksanakan.

H. Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian diartikan sebagai langkah dalam kegiatan mencari informasi yang nantinya dalam kegiatan tersebut memperoleh suatu data yang dianalisis. Dengan kata lain metode penelitian merupakan suatu gambaran yang dibuat oleh peneliti secara komprehensif yang kemudian dapat dianalisis,¹³ maka dari

¹³ Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian*, (Jawa Timur: Penerbit KBM Indonesia, 2021) h. 5

itu metode penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif dijelaskan sebagai suatu metode yang digunakan untuk mendapatkan suatu data yang terdapat di dalamnya kemudian data tersebut dipahami dan dipaparkan secara menyeluruh dengan menggunakan objek alamiah.¹⁴ Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dengan mendeskripsikan serta menjelaskan mengenai keadaan yang terjadi melalui observasi (pengamatan) berupa wawancara dan menggunakan jenis penelitian dengan pendekatan hukum, yakni hukum empiris. Hukum empiris diartikan sebagai metode penelitian hukum dengan melihat penerapan hukum dimasyarakat melalui fakta-fakta yang diambil melalui wawancara yang nantinya dijadikan sebagai data dalam penelitian.¹⁵ Penulis dalam hal ini menggunakan pandangan hukum Islam dan Undang-Undang mengenai jaminan originalitas yang diberikan akun Instagram @*Jastipnyaacica* yang terjadi dikalangan para *customer*.

2. Sumber Data

Semua data yang sudah diperoleh sangat penting dalam melakukan sebuah penelitian terdapat dua jenis sumber data dalam sebuah penelitian yaitu;

¹⁴ Zuchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Makassar: CV. Syakir Media Pass, 2021) h. 81

¹⁵ Kornelius Benuf dan Muhammad Azhar, "Metodologi Penelitian Hukum sebagai Instrumen Mengurangi Permasalahan Hukum Kontemporer", *Jurnal Gema Keadilan*, Vol. 7. No. 1 (2020), h. 27 <https://doi.org/10.14710/gk.2020.7504>.

- a. Sumber data primer yang didapatkan merupakan hasil yang diperoleh dari penelitian lapangan dimana sumber data yang didapatkan ialah melalui sebuah wawancara dari pelaku usaha, yaitu penyedia jasa titip online @*Jastipnyaacica* dan para konsumen yang menggunakan @*Jastipnyaacica* yaitu para *customer* akun jastip tersebut.
 - b. Sumber data sekunder merupakan sumber data yang didapatkan secara tidak langsung dari peneliti, melainkan dari peneliti lain, maka dari itu sumber data sekunder merupakan bagian dari kajian pustaka seperti berbagai jurnal ilmiah, buku, Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 dan skripsi yang memiliki fokus masalah yang sama dengan masalah yang sedang peneliti lakukan hal tersebut dapat membantu penulis untuk menambah serta memperluas data yang ada.
3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dikatakan sebagai suatu bukti ataupun informasi yang dikumpulkan oleh peneliti dalam objek permasalahannya.¹⁶ Adapun beberapa teknik yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini antara lain:

- a. Observasi

Observasi diartikan sebagai teknik dalam pengumpulan suatu data yang biasanya digunakan untuk mengetahui dan menggali informasi dari beberapa sumber seperti tepat

¹⁶ Ahmad Fauzi, dkk., (ed.), *Metodologi Penelitian*, (Jawa Tengah: CV. Pena Persada, 2022), h. 4

benda ataupun aktivitas lainnya.¹⁷ Karena hal tersebut peneliti melihat dan mencermati bagaimana sistem yang digunakan oleh pelaku usaha melalui akun Instagram terhadap produk yang dijualnya di akun *@Jastipnyaacica*.

b. Wawancara

Wawancara diartikan sebagai teknik dalam pengumpulan data yang melibatkan para *customer* dan pelaku usaha. Kegiatan ini biasanya dilaksanakan oleh para penulis kepada para konsumen dan pelaku usaha. Maka dari itu peneliti melakukan sesi wawancara melalui media sosial dengan pelaku usaha serta para konsumen yang memakai jasa titip tersebut, hal ini dilakukan agar penelitian tersebut nyata adanya. Pada kegiatan wawancara ini penulis akan memberikan pertanyaan terkait semua permasalahan pada penelitian ini, baik secara langsung ataupun melalui sosial media.

c. Dokumentasi

Dokumentasi diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan untuk menunjang data yang memiliki kaitannya dengan penelitian. Pada dokumentasi biasanya dapat berupa gambar ataupun berbentuk catatan yang berkaitan dengan penelitian, hal tersebut dilakukan untuk memperkuat sumber data lainnya.

¹⁷ Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*, (Solo : Cakra Books, 2014) h .162

4. Teknik Analisis Data

Pada pengertiannya teknik analisis data diartikan sebagai sebuah proses dalam mendapatkan data dan menyusun semua data dari hasil data lapangan, wawancara serta dokumentasi yang kemudian dikumpulkan menjadi satu kesimpulan yang nantinya akan menghasilkan adanya pendapat, teori, pemikiran serta gagasan baru, selanjutnya dipilih kembali bagian-bagian penting untuk ditarik kesimpulannya setelah dipelajari agar hal tersebut dipahami oleh pembaca.

Setelah semua data telah terkumpul dan digabungkan, maka langkah yang diambil oleh peneliti selanjutnya adalah dengan menganalisis menggunakan cara pendekatan induktif, yang di mana dalam pendekatan induktif tersebut mengaitkan suatu permasalahan ataupun fakta-fakta khusus yang kemudian dibuat menjadi kesimpulan umum.

I. Sistematika Pembahasan

Mengenai penelitian yang akan dibahas maka penulis membagi beberapa bagian mengenai rencana pembahasan yang dibagi menjadi lima bab, adapun bagian tersebut terdiri dari:

BAB I, yakni pendahuluan, pada pendahuluan berisikan mengenai pemaparan pokok yang melatar belakangi permasalahan yang terjadi rumusan masalah, fokus masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, kerangka pemikiran, dan metode penelitian serta sistematika penulisan.

Bab II, yakni kajian teoritis pada bagian ini penulis akan membahas mengenai landasan teori yang sesuai dengan pembahasan ini. Pada bab II ini membahas mengenai tinjauan

hukum Islam mengenai jaminan originalitas yang dilihat dari akad yang diterapkan. Serta membahas apa saja hak-hak yang akan diterima konsumen serta kewajiban yang diberikan pelaku usaha yang terdapat pada perlindungan konsumen menurut hukum positif yang terdapat pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999.

Bab III, yakni membahas mengenai gambaran umum yang tertera pada akun *@jastipnyaacica*. Pada bab tiga ini penulis mencantumkan mengenai beberapa bahasan yang menangkup diantaranya adalah membahas produk-produk yang ditawarkan pada akun *@jastipnyaacica*, metode pembelian yang ditawarkan pada akun *@jastipnyaacica* dan yang lainnya.

Bab IV, yakni analisis data penelitian, pada pembahasan ini membahas mengenai semua jawaban dari semua permasalahan yang telah penulis teliti mengenai perlindungan konsumen yang sesuai dengan UUPK dan jaminan yang diberikan para pelaku usaha berupa tanggung jawab terhadap jaminan originalitas produk pada akun instagram *@jastipnyaacica* dalam perspektif hukum Islam serta dalam Undang-Undang tentang perlindungan konsumen yang terdapat pada Undang-Undang No. 8 tahun 1999.

Bab V, yakni penutup, bab penutup ini merupakan bab terakhir yang menjadi penutup dari adanya penelitian ini yang isinya mengenai kesimpulan dari permasalahan yang telah dibahas dan diteliti yang telah tersusun rapi serta terdapat saran dari penulis serta terdapat beberapa lampiran-lampiran yang diperlukan.