

PERLINDUNGAN HUKUM BAGI UMAT ISLAM ATAS BEREDARNYA PRODUK KECANTIKAN MENURUT UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999

Dea Ananda Putri, Sukardi, Nur Rahmiani

Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Mu'amalah) Fakultas Syariah IAIN Pontianak
deaanandaptrrr@gmail.com, sukardipnk12@gmail.com, nur.rahmiani02@iainptk.ac.id

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui respon masyarakat terhadap informasi produk kecantikan khususnya yang mengandung bahan kimia *glycerin* dan *heparin sodium* pada produk kecantikan dan rangkaian proses beredarnya produk kecantikan yang mengandung bahan kimia di tengah masyarakat juga perlindungan hukum terhadap umat Muslim atas beredarnya produk kecantikan menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian lapangan dan pendekatan yuridis-normatif serta pendekatan sosiologis. Sumber data menggunakan data primer berupa wawancara, dokumentasi, dan observasi. Sedangkan data sekunder berupa undang-undang yang terkait, penelitian terdahulu, panduan penelitian, dan literatur lainnya yang relevan. Teknik pengumpulan data adalah interview (wawancara), observasi (pengamatan), dan kepustakaan. Sedangkan teknik analisis data, peneliti melakukan reduksi data (*reduction*), penyajian data, dan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan: 1) Terdapat beberapa pemilik dan pengguna produk kecantikan yang tidak mengetahui mengenai kandungan tersebut. 2) Rangkaian proses beredarnya produk kecantikan yang mengandung bahan kimia di tengah masyarakat berasal dari luar kota Pontianak. 3) Penjual kurang mengetahui kandungan dan belum maksimal dalam memastikan bahwa produk tersebut halal.

Kata Kunci: Perlindungan Hukum, Produk Kecantikan, Penelitian Hukum.

Abstract

The purpose of this study was to determine the public's response to information on beauty products, especially those containing glycerin and heparin sodium chemicals in beauty products and the series of processes for the circulation of beauty products containing chemicals in the community as well as legal protection for Muslims for the circulation of beauty products according to the Law Number 8 of 1999. Researchers use qualitative research methods with field research types and juridical-normative approaches as well as sociological approaches. Sources of data using primary data in the form of interviews, documentation, and observation. At the same time, secondary data is in the form of related laws, previous research, research guides, and other relevant literature. Data collection techniques are interviews, observation, and literature. While the data analysis technique, the researcher performs data reduction (reduction), data presentation, and conclusions. The results of the study show: 1) Several owners and users of beauty products need to learn about these ingredients. 2) A series of processes for the circulation of beauty products containing chemicals in the community from outside the city of Pontianak.

3) The seller does not know the content and has not been maximal in ensuring that the product is halal.

Keywords: Legal Protection, Beauty Products, Legal Research

A. Pendahuluan

Adanya perkembangan teknologi serta kebutuhan hidup manusia yang semakin hari semakin bertambah mendorong banyaknya produsen untuk mengikuti permintaan konsumen yang melonjak sewaktu-waktu, baik dalam bentuk sandang, pangan, dan papan. Sandang, pangan, dan papan merupakan komponen kebutuhan pokok yang masuk ke dalam kebutuhan primer.¹ Kebutuhan primer adalah suatu kebutuhan yang harus atau wajib terpenuhi, artinya adalah apabila suatu kebutuhan tersebut tidak terpenuhi, maka manusia atau seseorang akan mengalami kesulitan dalam hidupnya. Sedangkan untuk melengkapi kebutuhan primer diperlukan kebutuhan sekunder dan tersier.²

Menurut ILO (*Internasional Labour Organization*) bahwa kebutuhan primer atau kebutuhan pokok, erat kaitannya dengan kecukupan kebutuhan pokok setiap masyarakat. Contohnya yakni pakaian (sandang), makanan pokok (pangan), dan tempat tinggal atau lahan/papan.³ Selain itu, adapun kebutuhan sekunder yaitu suatu kebutuhan yang sifatnya melengkapi kebutuhan primer dan kebutuhan ini baru terpenuhi setelah kebutuhan primer terpenuhi, contohnya kendaraan pribadi, kulkas, mesin cuci, *skincare*, obat-obatan dan telepon. Sedangkan kebutuhan tersier adalah kebutuhan yang akan muncul apabila telah terpenuhinya kebutuhan primer dan juga sekunder. Kebutuhan tersier adalah kebutuhan pelengkap yang apabila tidak dimiliki tidak akan menimbulkan kesulitan serta bersifat bukan pokok. Contoh dari kebutuhan ini seperti mobil mewah, kapal pesiar, serta perhiasaan.⁴

Melihat dari banyaknya permintaan masyarakat tentang produk-produk kecantikan tersebut, memacu para produsen untuk menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen, seperti produk *whitening*, *anti-aging*, dan lain-lain. Banyaknya permintaan tersebut memaksa para produsen untuk mencari bahan-bahan atau *ingredients* yang sesuai dan bahkan mempunyai kandungan yang jauh lebih baik dari produk *skincare* lainnya. Seperti contoh, bahan kimia *heparin sodium* yang berfungsi untuk mencegah pembentukan gumpalan darah,⁵ sehingga dapat menyamarkan flek-flek dan bekas luka di kulit. Namun, selain dari kedua bahan tersebut, ada juga terdapat komposisi atau bahan yang digunakan oleh produk *skincare* mengandung bahan-bahan yang keras, berbahaya, atau bahkan belum tentu terbuat dari bahan yang halal.⁶

Contoh, efek samping penggunaan *skincare* jangka pendek yaitu, kulit terasa panas cenderung memerah, kulit kering, muncul ruam-ruam di permukaan kulit, dan gatal-gatal.⁷ Tidak hanya itu saja, efek samping penggunaan *skincare* yang mengandung

¹ Joyo Nur Suryanto Gono, "9. Pangan: Antara Kebutuhan Dan Kebiasaan," *Faculty of Social and Political Sciences Diponegoro University* 37, no. 1 (2009).

² Wurangian Wurangian et al., "Analisis Pola Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Sam Ratulangi Yang Kost Di Kota Manado," *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* 15, no. 02 (2015).

³ Aprianto Aprianto and Naerul Edwin Kiky, "Kontruksi Sistem Jaminan Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* 8, no. 2 (2017): 237–62.

⁴ Aulia Fatmayanti et al., *Kebutuhan Dasar Manusia* (Get Press, 2022).

⁵ dr. Meva Nareza, "Heparin," *Alodokter.Com* (blog), 2022.

⁶ Tan Hoan Tjay, "Obat-Obat Penting Edisi Ketujuh," *Elex Media Komputindo*, 2015.

⁷ Irene Cristiana, "Dampak Positif Dan Negatif Skincare," *Communication.Binus.Ac.Id* (blog), 2021.

bahan kimia berbahaya dan memiliki takaran penggunaan tertentu yang apabila digunakan secara jangka panjang akan menyebabkan kanker kulit dan dapat mempengaruhi fungsi hati. Maka dari itu, Indonesia sebagai negara hukum yang telah menjamin adanya suatu perlindungan untuk konsumen, dengan berlakunya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sebagai dasar hukumnya.⁸ Sebagai negara dengan penduduk mayoritas muslim, dengan adanya label halal masyarakat dapat dengan mudah yakin bahwa suatu produk tertentu aman dan tidak mengandung bahan yang diharamkan dalam Islam. Adapun penggunaan label BPOM yang digunakan sebagai patokan terhadap jaminan perlindungan konsumen terhadap produk yang mengandung bahan kimia berbahaya. Sehingga, sudah jelas negara telah memberi perlindungan serta jaminan tentang adanya kehalalan terhadap suatu produk dengan adanya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal sebagai dasar hukumnya.⁹

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti mengkaji bagaimana upaya untuk memberikan perlindungan suatu hukum terhadap konsumen atas beredarnya produk kecantikan yang tidak mencantumkan informasi label halal dan yang mengandung unsur non halal. Selanjutnya, peneliti juga akan menggunakan istilah-istilah Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan untuk bagian tambahan yang terkait dengan produk halal. Peneliti juga mengkomparasikannya pada Undang-Undang Jaminan Produk Halal sebagai pedoman analisis hukumnya. Maka dari itu, dengan merasakan pentingnya penelitian ini, peneliti memaparkannya dalam uraian temuan dan diskusi.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian kualitatif dan pendekatan yuridis-normatif. Sumber data menggunakan data primer berupa wawancara, dokumentasi, dan observasi. Sedangkan data sekunder berupa undang-undang atau peraturan terkait, panduan penelitian, penelitian terdahulu, dan literatur lainnya yang relevan. Teknik pengumpulan data adalah interview (wawancara), observasi (pengamatan), dan kepustakaan. Sedangkan teknik analisis data, peneliti melakukan reduksi data (*reduction*), penyajian data, dan kesimpulan. Kemudian, data tersebut diperiksa keabsahannya dengan melakukan triangulasi, *member-check*, dan perpanjangan pengamatan.

B. Temuan dan Diskusi

Temuan dan diskusi adalah hasil temuan dari penelitian yang dilakukan melalui teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi terkait perlindungan hukum bagi umat muslim atas beredarnya produk kecantikan. Data-data yang akan dipaparkan peneliti telah diolah dan disederhanakan agar mudah untuk dipahami, yaitu sebagai berikut:

Pertama, konsumen adalah seseorang yang mengolah keuangannya untuk dapat memperoleh suatu barang dan jasa, baik yang dipergunakan untuk kepentingannya sendiri ataupun untuk kepentingan masyarakat. Adanya konsumen tidak dapat dipisahkan dengan pelaku usaha, baik berbentuk suatu lembaga atau badan usaha ataupun secara perseorangan, yang dengan kekuatannya dapat melakukan suatu kegiatan perekonomian.

Dalam pembahasan ini peneliti mengambil aspek pelaku usaha yang bergerak di bidang kecantikan dan pengobatan yaitu *beauty.fly* dan apotek *central* di Kota Pontianak. Adanya suatu kegiatan usaha atau aktivitas jual beli, tentu melibatkan banyaknya *customer* atau pembeli. Oleh sebab itu, dalam aktivitas jual beli ini perlu

⁸ “Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999,” n.d.

⁹ “Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014,” n.d.

adanya perlindungan hukum, yang bersifat mengikat, sehingga dapat menjadi salah satu pedoman dalam melaksanakan aktivitas perekonomian.

Praktik jual beli pada *store beautyy.flyy* sudah berlangsung sejak tahun 2020 dan praktik jual beli di apotek *central* sudah berlangsung sejak tahun 2016. Sejak berdirinya kedua toko tersebut, masing-masing dari mereka telah memiliki visi serta misi dan tujuan, yang menjadi landasan mereka untuk terus berdiri, adapun salah satunya adalah dengan menjual produk-produk yang aman, memiliki khasiat serta manfaat dan memiliki izin edar. Aspek berdirinya kedua toko ini telah sesuai dengan peraturan pada Undang-Undang No 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, pada Bab 3 bagian pertama yaitu hak dan kewajiban terhadap konsumen, seperti yang telah peneliti paparkan pada Bab 2 yaitu:

1. “Hak atas kenyamanan, keselamatan, dan keamanan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa”.
2. “Hak untuk memilih barang dan/atau jasa dan menerima barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar serta syarat dan jaminan yang dijanjikan”.
3. “Hak untuk mengoreksi, mengklarifikasi, dan jujur atas informasi mengenai syarat dan jaminan barang dan/atau jasa”.
4. “Hak untuk mendengar pendapat dan keluhannya tentang barang dan/atau jasa yang digunakan”.
5. “Hak untuk advokasi, perlindungan dan upaya untuk memastikan penyelesaian yang tepat dari sengketa perlindungan konsumen”.
6. “Hak atas nasihat dan pendidikan konsumen”.
7. “Hak untuk diperlakukan atau diberikan secara adil dan jujur, bukan secara diskriminatif”.
8. “Hak atas kerusakan, ganti rugi, dan/atau penukaran apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan kontrak atau tidak dalam keadaan yang dimaksudkan”.
9. “Hak untuk mematuhi ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya”.

Adapun dalam praktik pada *store beautyy.flyy* dan apotek *central* telah sesuai dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen tersebut, hal ini dibuktikan dari hasil observasi yang peneliti lakukan, dari awal kedatangan hingga akhir, peneliti disambut dengan ramah dan apabila peneliti bertanya mengenai suatu produk maka akan langsung dilayani dan tidak adanya unsur pemaksaan. Namun, pada hasil wawancara, peneliti menemukan bahwa terdapat seorang *customer* dan penjual sekaligus pengguna produk kecantikan, yang tidak mengetahui komposisi serta manfaat yang terkandung di dalam suatu produk yang mereka jual dan yang mereka gunakan, padahal di dalam perundang-undang pada Pasal 5 Undang-Undang No 8 tahun 1999, ayat 1 telah dijelaskan mengenai adanya suatu kewajiban dan hak-hak apa saja yang boleh dilakukan oleh *customer*, seperti: “Membaca atau mengikuti petunjuk dan tata cara informasi penggunaan atau penggunaan barang dan/atau jasa, demi keselamatan dan keamanan.”

Namun, dari hasil temuan penelitian di lapangan, masih banyak *customer* yang merasa malu dan canggung untuk bertanya kepada penjual mengenai suatu komposisi di dalam produk yang mereka jual, hal ini secara tidak langsung mengakibatkan hal-hal yang kurang diinginkan bagi *customer* seperti mengalami iritasi kulit terhadap pemakaian produk kecantikan dikarenakan ketidakpahaman akan suatu komposisi dan cara penggunaan produk kecantikan tersebut. Sehingga, perlu adanya edukasi khusus untuk para pembeli agar mengetahui terlebih dahulu produk kecantikan baik dari jenis, bahan, fungsi, dan cara pemakaiannya. Peneliti melihat ada hak bagi konsumen untuk dapat

mengetahui secara pasti tentang apa yang mereka beli dan yang mereka gunakan tetapi tidak dimanfaatkan dengan baik.

Kedua, kepastian halal dan haram terhadap penyebaran produk kecantikan yang berbahan *Glycerin* dan *Heparin Sodium* di tengah masyarakat adanya permintaan barang yang semakin hari semakin meningkat tersebut, membuat semakin banyak kandungan serta bahan yang terkandung di dalam produk kecantikan, seperti *glycerin*, hampir seluruh pelembab wajah pasti mengandung bahan *glycerin* ini. Dari observasi dan wawancara yang peneliti lakukan, masih terdapat beberapa orang yang tidak mengetahui apa itu *glycerin* dan *heparin sodium*. *Glyserin* merupakan salah satu bahan pembawa sediaan *solid* dan *semisolid* yang berfungsi sebagai pengawet, *kosolven*, *emolien*, *humektan*, *plastisizer*, pemanis, dan agen tonisitas. Sedangkan *heparin sodium* adalah obat untuk mengatasi dan mencegah penggumpalan darah yang disebabkan oleh kondisi atau tindakan medis tertentu dan penghilang flek-flek serta bekas luka.¹⁰

Hasil wawancara yang telah peneliti lakukan, seluruh responden ataupun pemilik *store* mengatakan bahwasanya, adanya logo halal merupakan suatu hal yang penting, dikarenakan Indonesia merupakan negara dengan populasi muslim terbanyak, hanya saja dalam pengimplementasikan kegiatan jual beli tersebut, pemilik *store* tidak mencari produk kecantikan berdasarkan segi kehalalannya, melainkan mencari produk-produk kecantikan yang viral dan yang paling banyak diulas oleh para *influencer* dan artis Indonesia. Dampak promosi para *influencer* bisa dikatakan sangat mempengaruhi peningkatan penjualan produk-produk kecantikan.

Adapun yang menjadi landasan hukum terhadap berlakunya penggunaan produk halal di dalam Islam yaitu ada surah Al-Baqarah ayat 172, yang artinya, “Wahai orang-orang yang beriman, makanlah dari rezeki yang baik yang kami berikan kepada kamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika kamu hanya menyembah kepada-Nya.” (QS. Al-Baqarah : 172)

Dalam proses transaksi dan beredarnya produk kecantikan, peneliti dapat mengungkapkan bahwa adanya peranan dan keingintahuan dari *customer* merupakan suatu hal yang penting, dikarenakan sebagai pembeli barang atau pengguna suatu jasa dan produk, mempunyai hak dan kewajiban yang dilindungi oleh undang-undang, sehingga *customer* harus lebih teliti terhadap produk dan jenis produk apa yang digunakan, hal ini juga berlaku terhadap pemilik *store* dan apotek, karena sebagai penjual perlu adanya suatu pemahaman yang khusus terhadap produk yang dijual.

Selanjutnya, adanya ketidakpastian terhadap pendistribusian dan penjualan produk yang bersifat *mushbooh* di tengah masyarakat, hal ini tentu merupakan persoalan yang besar dikarenakan tidak adanya suatu kepastian akan kehalalan dari produk yang beredar, serta hal ini merupakan kewajiban yang harus dilakukan oleh para penjual terhadap produk yang diperjual belikan, sehingga produk yang beredar di pasaran dapat diidentifikasi secara jelas bahwa produk tersebut halal serta dapat digunakan oleh umat Muslim, hal ini sudah jelas tertulis pada Undang-Undang No 8 tahun 1999, Bab IV yang mana terdapat perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha, Pasal 8, tentang “Perlindungan konsumen”, yaitu:

Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:

- a. “Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan”

¹⁰ Dewi Muliyanan, *AZ Tentang Kosmetik* (Media Komputindo, 2013).

- b. “Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau *netto*, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut”
- c. “Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya”
- d. “Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut”
- e. “Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut”
- f. “Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut”
- g. “Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu”
- h. “Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label”
- i. “Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau *netto*, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus di pasang/dibuat”
- j. “Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku”¹¹

Dalam Undang-Undang perlindungan konsumen, terdapat tiga (3) jenis pertanggung jawaban, yaitu:

1. “Tanggung jawab ganti kerugian atas kerusakan”
2. “Tanggung jawab ganti kerugian atas pencemaran”
3. “Tanggung jawab kerugian atas kerugian konsumen”

Hal ini sesuai dengan Bab VI, tanggung jawab pelaku usaha, Pasal 19, Undang-Undang perlindungan konsumen, yang berbunyi:

1. “Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.”
2. “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.”
3. “Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.”
4. “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.”
5. “Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.”

Dari paparan undang-undang di atas sudah jelas bahwa bagi produsen dan penjual produk kecantikan ataupun yang lainnya apabila mengakibatkan kerugian bagi *customer* dengan penyampaian informasi yang tidak jelas terkait komposisi, jenis, dan kehalalan

¹¹ “Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999.”

produk, wajib memberikan ganti rugi sesuai pada ayat 2, ganti rugi tersebut, dapat berupa barang ataupun uang, yang nominalnya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

C. Kesimpulan

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terkait “Perlindungan Hukum Bagi Umat Muslim atas Beredarnya Produk Kecantikan yang Mengandung Bahan *Glycerin* dan *Heparin Sodium* Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999” adalah sebagai berikut:

Pertama, bahwa respon masyarakat terhadap informasi produk kecantikan yang mengandung bahan kimia *glycerin* dan *heparin sodium* pada produk kecantikan adalah dari lima responden yang telah diwawancarai terdapat dua orang yang tidak mengetahui bahan kimia tersebut. Kedua, bahwa rangkaian proses beredarnya produk kecantikan yang mengandung bahan kimia di tengah masyarakat, dengan mengambil studi pada *store beauty.flyy*, produk-produk kecantikan yang mereka jual berasal dari agen atau produsen utama yang berada di luar kota, dan barang yang telah dikirim oleh produsen utama tersebut langsung dijual oleh pemilik *Store Beauty.flyy*. Ada pengecekan barang tetapi tidak dilaksanakan secara maksimal. Pada Apotek *Central*, barang atau obat-obatan, telah dikirim langsung oleh PBF (Pedagang Besar Farmasi), yang disebarluaskan secara merata ke seluruh Indonesia, ketika barang tersebut sudah berada di toko, maka barang-barang akan disesuaikan dengan *barcode* yang ada, dan akan melewati uji dari pihak apotek tersebut sebelum diperjual belikan.

Ketiga, adanya perlindungan hukum terhadap umat muslim atas beredarnya produk kecantikan khususnya yang mengandung bahan *glycerin* dan *heparin sodium* menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, bahwa pada praktik jual beli produk kecantikan tersebut, ditemukan fakta bahwa penjual tidak mengetahui tentang kandungan dan tidak dapat memastikan bahwa produk tersebut halal. Ada peluang untuk memberikan edukasi, namun tidak digunakan hak dan kewajibannya secara maksimal baik dari sisi *customer* maupun *seller*. *Seller* perlu memfasilitasi pojok edukasi atau layanan *online* edukasi bagi para pelanggan yang membutuhkan informasi tentang produk kecantikan yang telah dibelinya baik pembelian langsung maupun pembelian secara *online*.

D. Daftar Pustaka

- Aprianto, Aprianto, and Naerul Edwin Kiky. “Kontruksi Sistem Jaminan Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam.” *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* 8, no. 2 (2017): 237–62.
- Cristiana, Irene. “Dampak Positif Dan Negatif Skincare.” *Communication.Binus.Ac.Id* (blog), 2021.
- Fatmayanti, Aulia, Atiek Murharyati, Salsabila Syafna Aulia, Resty Noflidaputri, Marthina Mogan, Ika Wijayanti, Nelly Nugrawati, and Sri Wahyuni. *Kebutuhan Dasar Manusia*. Get Press, 2022.
- Gono, Joyo Nur Suryanto. “9. Pangan: Antara Kebutuhan Dan Kebiasaan.” *Faculty of Social and Political Sciences Diponegoro University* 37, no. 1 (2009).
- Jasmi, Kamarul Azmi. “Halalan Tayyiban Asas Pemakaman Islam: Surah al-Baqarah (2: 168-173),” 2019.
- Muliyawan, Dewi. *AZ Tentang Kosmetik*. Media Komputindo, 2013.
- Nareza, dr. Meva. “Heparin.” *Alodokter.Com* (blog), 2022.

- Tjay, Tan Hoan. “Obat-Obat Penting Edisi Ketujuh.” *Elex Media Komputindo*, 2015.
- “Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999,” n.d.
- “Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014,” n.d.
- Wurangian, Wurangian, Flinsia Flinsia, Daisy Engka, and Jacline Sumual. “Analisis Pola Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Sam Ratulangi Yang Kost Di Kota Manado.” *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* 15, no. 02 (2015).