

**PERBANDINGAN PENJUALAN KOSMETIK BERLABEL HALAL  
DENGAN KOSMETIK TANPA LABEL HALAL PADA PASAR  
SENTRAL PALOPO**



**IAIN PALOPO**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah Institut Agama  
Islam Negeri (IAIN) Palopo**

**IAIN PALOPO**

Oleh

**SARMILA BAMBANG**

**NIM 14.16.15.0078**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
TAHUN 2018**

**PERBANDINGAN PENJUALAN KOSMETIK BERLABEL HALAL  
DENGAN KOSMETIK TANPA LABEL HALAL PADA PASAR  
SENTRAL PALOPO**



**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah Institut Agama  
Islam Negeri (IAIN) Palopo**

Oleh,

**SARMILA BAMBANG**

**NIM 14.16.15.0078**

**Dibimbing Oleh,**

- 1. Dr. Hj. Ramlah M, MM**
- 2. Dr. Muhammad Tahmid Nur, M.Ag**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
TAHUN 2018**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sarmila Bambang

NIM : 14.16.15.0078

Proram Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa:

1. Skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan atau karya orang lain, yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi adalah karya saya sendiri sekalian kutipan yang ditunjukkan sumbernya, segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya. Bilamana di kemudian hari ternyata pernyataan tidak benar, maka sya sendiri bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

IAIN PALOPO

Palopo,.....April 2018

Yang membuat pernyataan

**Sarmila Bambang**  
**NIM. 14.16.15.0078**

## PRAKATA



الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى  
آلِهِ وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufik, hidayah, serta inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Perbandingan Penjualan Kosmetik Berlabel Halal Dengan Kosmetik Tanpa Label Halal Pada Pasar Sentral Palopo”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Shalawat dan salam atas junjungan Rasulullah Saw, keluarga, sahabat dan seluruh pengikut-pengikutnya hingga akhir zaman. Nabi yang diutus Allah SWT sebagai nabi uswatun khasanah bagi seluruh alam semesta.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta pengarahan dari berbagai pihak. Sembah sujud dan Ucapan terima kasih penulis persembahkan kepada kedua orang tua tercinta, ayahanda Bambang Muliayadi, Ibunda Nurmi, yang senantiasa memanjatkan Doa kehadiran Ilahi Robbi memohonkan keselamatan dan kesuksesan bagi putrinya dan telah mengasuh dan mendidik penulis dengan kasih sayang, begitu banyak pengorbanan yang diberikan kepada penulis baik secara moral maupun material. Untuk

kesempatan ini pula berkenankanlah penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

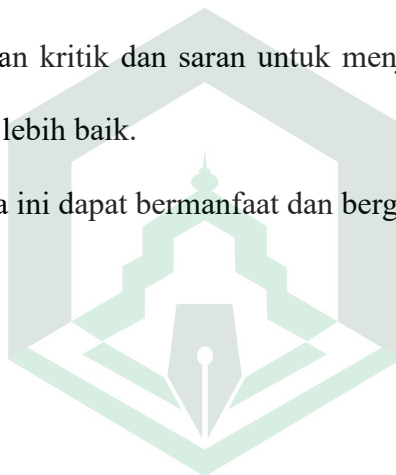
1. Rektor IAIN Palopo Bapak Dr. Abdul Pirol, M.,Ag, Wakil Rektor 1, Dr. Rustan S, M.Hum. Wakil Rektor II, Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E, M.M dan Wakil Rektor III, Dr. Hasbi, M.Ag. yang telah membina dan berupaya meningkatkan mutu perguruan tinggi ini, tempat menimba ilmu pengetahuan.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, dalam hal ini Ibu Dr. Hj. Ramlah Makkulasse, MM. Wakil Dekan I Dr. Takdir, SH., MH. Wakil Dekan II, Dr. Rahmawati, M.Ag. Wakil Dekan III Dr. Muh Tahmid Nur, M.Ag dan Ketua Program Studi Perbankan Syariah, Zainuddin S., S.E., M.Ak., yang telah banyak memberikan motivasi serta mencurahkan perhatiannya dalam membimbing dan memberikan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Pembimbing II Bapak Dr. Muhammad Tahmid Nur, M.Ag dan Pembimbing I Ibu Dr. Hj. Ramlah M, MM yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dengan tulus dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Para Bapak/Ibu dosen dan Staf IAIN Palopo yang telah banyak membantu dan memberikan tambahan ilmu, khususnya dalam bidang Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Kepada Perpustakaan dan segenap karyawan IAIN Palopo yang telah memberikan peluang untuk mengumpulkan buku-buku dan melayani penulis untuk keperluan studi kepustakaan dalam penulisan skripsi ini.

6. Teman-teman seperjuangan terutama angkatan 2014 Perbankan Syariah C yang selama ini selalu memberikan motivasi dan bersedia membantu serta senantiasa memberikan saran sehubungan dengan penyusunan skripsi ini.
7. Kepada Saudara-saudaraku dan seluruh keluarga yang tak sempat penulis sebutkan yang telah banyak memberikan motivasi kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah selalu melimpahkan rahmat, berkah dan barokah-Nya kepada kita semua untuk menjalani kehidupan kita hingga akhir nanti karena tiada lain kita semua diciptakan hanya untuk menyembah Allah. Akhirnya dengan menyadari keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis, maka penulis menyadari apabila terdapat banyak kekurangan yang terdapat dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran untuk menjadi bekal bagi penulis dalam melangkah kearah yang lebih baik.

Semoga karya sederhana ini dapat bermanfaat dan berguna kita semua.

Amiin...



IAIN PALOPO

Palopo,,,,,,April 2018

Sarmila Bambang

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>v</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>PRAKATA.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar belakang masalah.....	1
B. Rumusan masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Manfaat Penelitian .....	4
E. Devinisi Operasional.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	8
B. Kajian Teori .....	10
1. Produk Kosmetik.....	10
2. Label.....	12
3. Halal .....	15
4. Pengertian Label Halal .....	20
5. Pengertian Jual Beli.....	22
6. Keputusan Konsumen.....	22
C. Kerangka Pikir .....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Pendekatan Dan jenis Penelitian.....	32
B. Lokasi Penelitian.....	33
C. Informan/Subjek Penelitian .....	33
D. Jenis Dan Sumber Data .....	33
E. Teknik Pengumpulan Data.....	34
F. Teknik Analisis Data .....	35
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
<b>A. Gambaran Umum Pasar Sentral Palopo.....</b>	<b>36</b>
1. Sejarah Singkat Tentang Pasar Sentral Palopo .....	36
2. Letak Geografis Pasar Sentral Palopo .....	37
3. Kondisi Objektif Pasar Sentral Palopo .....	38
4. Struktur Organisasi UPTD Pasar Sentral Palopo .....	41
5. Sistem Pasar Sentral Palopo .....	44

6. Visi .....	45
7. Misi.....	45
B. Proses sertifikasi Halal MUI .....	46
C. Pelaksanaan Jual Beli Di Pasar Sentral Palopo .....	49
D. Analisis Terhadap Kosmetik Berlabel Halal Dengan Kosmetik Tanpa Label Halal .....	54
<b>BAB V PENUTUP</b>	
1. Kesimpulan .....	58
2. Saran .....	59

## DAFTAR PUSTAKA



IAIN PALOPO



## ABSTRAK

**Sarmila Bambang**, 2018 “*Perbandingan Penjualan Kosmetik Berlabel Halal Dengan Kosmetik Tanpa Label Halal Pada Pasar Sentral Palopo*”  
Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Islam. Dibimbingoleh Dr. Hj. Ramlah M, MM dan Dr. Muhammad  
Tahmid Nur, M.Ag

### **Kata kunci : Penjualan Kosmetik dan Label Halal**

Skripsi ini berjudul “ *Perbandingan Penjualan Kosmetik Berlabel Halal Dengan Kosmetik Tanpa Label Halal Pada Pasar Sentral Palopo*” adapun pokok permasalahan skripsi ini adalah proses penerbitan sertifikat Halal MUI, serta penjualan kosmetik berlabel halal dan tanpa label halal di Pasar Sentral Palopo.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif, yaitu kegiatan penelitian dilakukan di lingkungan masyarakat yang ditunjukkan untuk mendeskripsikan dan menganalisa fenomena, peristiwa, aktivasi sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran orang secara individual maupun kelompok. Dan penelitian ini bersumber dari data primer dan data sekunder.

Cara pembuatan sertifikat halal MUI harus melakukan pendaftaran sertifikasi halal dan memenuhi persyaratan sertifikasi halal. Persyaratannya yaitu: Memahami persyaratan sertifikasi halal dan mengikuti pelatihan SJH, menerapkan Sistem Jaminan Halal ( SJH ), menyiapkan dokumen sertifikasi halal, melakukan pendaftaran sertifikasi halal ( upload data), melakukan monitoring pre audit dan pembayaran akad sertifikasi, pelaksanaan audit, melakukan monitoring pasca audit, memperoleh sertifikasi halal. Di Pasar Sentral Kota Palopo kosmetik yang beredar ada yang berlabel halal dan tanpa label halal ini mengakibatkan konsumen muslim sulit membedakan produk mana yang benar-benar dapat dikonsumsi menurut syariat Islam. Adapun kecenderungan para konsumen Pasar Sentral Palopo ada yang tidak terlalu peduli dengan label halal dan ada juga yang peduli label halal pada sebuah kosmetik, tetapi mengenai dengan faktor ekonomi dan trand maka dari itu banyak dari mereka memilih produk yang lebih murah yang tidak menguras dompet tapi hasil cepat.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### *A. Latar Belakang Masalah*

Kehalalan suatu produk menjadi kebutuhan yang wajib bagi umat muslim, baik itu makanan, obat-obatan, produk kosmetik maupun barang-barang konsumsi lainnya. Seiring kuantitas umat Islam di Indonesia yang jumlahnya mencapai 88,20% dari 207 juta jiwa, maka dengan sendirinya pasar Indonesia merupakan pasar konsumen muslim yang demikian dominan. Oleh karena itu, jaminan akan produk halal menjadi suatu yang paling penting untuk mendapatkan perhatian dari Negara.

Banyaknya produk yang belum bersertifikat halal mengakibatkan konsumen, terutama konsumen muslim, sulit untuk membedakan produk mana yang benar-benar halal dan dapat di konsumsi sesuai dengan syariat Islam dengan produk yang tidak halal. Dari data yang di miliki (LPPOM MUI) tahun 2007, jumlah produk yang telah didaftarkan rata-rata dari perusahaan yang mempunyai nama besar di pasar.

Banyak pertanyaan yang timbul mengapa kosmetik harus halal padahal kosmetik bukan makanan. Kosmetik mungkin bukan produk konsumsi yang masuk kedalam tubuh, kosmetik hanya digunakan untuk bagian luar badan. Lantaran cara penggunaan tersebut banyak yang berpendapat mengapa kosmetik harus halal padahal tidak berpengaruh secara langsung terhadap kondisi tubuh. Terkait dengan pertanyaan ini wakil direktur LPPOM MUI mengatakan ada aspek halal, haram, dan najis yang terkandung dalam fiqh aspek ini berlaku terutama

saat menjalankan shalat yang mengharuskan seseorang harus suci badan dan pakaian dari najis, aspek ini harus diperhatikan jangan sampai seorang muslim memakai kosmetik berbahan najis sehingga membuat shalatnya tidak sah terutama bagi muslimah yang tampil cantik tetapi malah terpapar najis karena menggunakan produk kosmetik yang tidak jelas status kehalalan atau kesuciannya dan akibatnya ibadah yang dikerjakan menjadi tidak sah. Banyak konsumen tidak Mengetahui bahan pembuat kosmetik yang tidak jarang bahan-bahan tersebut merupakan campuran dari banyak bahan lain sehingga tidak terjamin kehalalannya.

Fakta bahwa sebagian besar produk kosmetik yang beredar di pasaran didinyalir tidak jelas kehalalannya. Menurut data perkosmi (Persatuan Perusahaan Kosmetika Indonesia), jumlah perusahaan kosmetika yang terdapat di Indonesia berjumlah sekitar 744. Jika dibandingkan dengan data yang didapat dari LPPOM MUI diketahui bahwa jumlah perusahaan kosmetika yang telah mendapatkan sertifikat halal jumlahnya baru 23 perusahaan, artinya jumlah perusahaan kosmetika yang telah mendapatkan sertifikat halal baru mencapai 3% dari total keseluruhan perusahaan. Dengan kata lain hampir 97% produk yang beredar di pasaran tidak jelas kehalalannya.

Kemudian dari 284 perusahaan *Franchise* yang ada di Indonesia, baru 18 perusahaan atau 6% saja yang sudah di sertifikasi halal oleh MUI. Sisanya sebanyak 266 atau 94%-nya lagi belum mendapat sertifikat halal yang artinya status kehalalannya masih meragukan.

Dengan begitu produk yang beredar di kalangan konsumen Muslim bukanlah produk-produk yang secara keseluruhan memiliki label halal yang dicantumkan pada kemasannya. Artinya masih banyak produk yang beredar di masyarakat belum memiliki sertifikat halal yang di wakili dengan label halal yang ada pada kemasannya produknya.

Dengan demikian konsumen muslim akan dihadapkan pada produk-produk halal yang di wakili dengan label halal yang ada kemasannya dan produk yang tidak memiliki label halal pada kemasannya sehingga diragukan kehalalan produk tersebut, maka keputusan untuk membeli produk-produk yang berlabel halal atau tidak akan ada sepenuhnya di tangan konsumen sendiri.

Pada tahun 2007 majalah jurnal halal melakukan survei untuk produk-produk yang mencantumkan label halal tanpa sertifikat halal. Hasilnya menunjukkan masih banyak produk yang mencantumkan label halal tetapi belum memiliki sertifikat halal. Kebanyakan adalah produk yang berasal dari industry menengah kecil. Dari survey tadi, ditemukan pula ada perusahaan yang telah mencantumkan label halal pada kesemua produknya, padahal mereka baru mendapatkan sertifikat halal hanya untuk satu produk.

Banyak juga produk yang mencantumkan label halal tetapi belum mendapatkan sertifikat halal, yang artinya pencatuman label halal hanya berdasarkan inisiatif produsen semata. Padahal prosedur yang berlaku dalam pemberian izin label halal ini adalah berdasarkan sertifikat halal yang dikeluarkan

oleh MUI. Jika pencantuman label halal ini tidak ditertibkan, maka akan sangat riskan bagi konsumen muslim.<sup>1</sup>

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penelitian mengemukakan beberapa rumusan masalah penelitian di antaranya :

1. Bagaimana proses pembuatan sertifikat Halal MUI ?
2. Bagaimana penjualan kosmetik berlabel halal dan tanpa label halal di Pasar Sentral Palopo ?

### **C. Tujuan penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian ini mempunyai tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui proses pembuatan sertifikasi Halal MUI.
2. Untuk mengetahui penjualan kosmetik berlabel halal dan tanpa label halal di Pasar Sentral Palopo.

### **D. Manfaat penelitian**

1. Manfaat bagi peneliti

Memberikan pengetahuan dan pengalaman baru bagi peneliti, khususnya yang berkaitan dengan realita dunia kosmetik yang berlabel halal dan tanpa label halal di kota Palopo.

2. Manfaat bagi praktis

Dari hasil penelitian ini di harapkan dapat di gunakan sebagai bahan dasar pengembangan kajian dalam upaya perlindungan terhadap konsumen

---

<sup>1</sup> Nadiah, Perlindungan Konsumen Terhadap Pemalsuan Sertifikasi Dan Pencantuman Label Halal Secara Ilegal, *skripsi* ( Jakarta; UIN Syarif Hidayatullah 2014 ),h.1

produk yang tidak mencantumkan label halal agar konsumen lebih berhati-hati.

### 3. Manfaat bagi akademis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi atau kajian bagi penelitian-penelitian berikutnya, dan mampu memperbaiki dan menyempurnakan kelemahan dalam penelitian ini.

## ***E. Definisi operasional***

### **1. Pengertian Label**

Label adalah sejumlah keterangan pada kemasan produk. Secara umum, label minimal harus berisi nama atau merek produk, bahan baku, bahan tambahan komposisi, informasi gizi, tanggal kedaluwarsa, isi produk, dan keterangan legalitas. Pelabelan pada kemasan produk harus di persyaratkan sedemikian rupa, sehingga tidak mudah tertinggal, tidak mudah luntur atau rusak serta terletak pada bahagian kemasan yang mudah untuk di lihat dan di baca dengan jelas.<sup>2</sup>

### **2. Pengertian Halal**

Halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal.

Produk Halal adalah produk pangan, obat, kosmetika dan produk lain yang tidak mengandung unsur atau barang haram dalam proses pembuatannya serta dilarang untuk dikonsumsi umat Islam baik yang menyangkut bahan baku,

---

<sup>2</sup>Wikipedia, *label*, ( 12 April 2017)

bahan tambahan, bahan pembantu lainnya termasuk bahan produksi yang di olah melalui proses rekayasa genetika dan radiasi.

Kosmetik yang dikatakan halal apabila, kosmetik itu tidak berbahaya atau mempengaruhi fungsi tubuh dan mental yang normal, bebas dari najis dan diperoleh sesuai dengan yang sudah ditentukan dalam islam. Proses-proses yang menyertai dalam suatu produksi kosmetik, agar termasuk dalam klasifikasi halal maka harus dengan kriteria-kriteria di atas dan sesuai dengan standar halal yang telah ditentukan oleh agama islam.<sup>3</sup>

Dengan demikian label halal adalah label yang diberikan pada produk-produk yang telah memenuhi kriteria halal menurut agama Islam. Perusahaan-perusahaan yang mencantumkan produknya dengan label halal maka perusahaan tersebut telah melakukan prosesi label halal pada produknya.

Mengacu pada klasifikasi label halal, maka label halal masuk dalam klasifikasi Descriptive Label yaitu label yang menginformasikan tentang:

- a. Konstruksi atau pembuatan
- b. Ingredient atau bahan baku
- c. Efek yang ditimbulkan (other carracteristic) yang sesuai dengan standar halal.

Pengetahuan konsumen tentang informasi yang tercantum dalam label akan memberi dampak terhadap perilaku konsumen. Perilaku konsumen meliputi aktivitas bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, memakai dan membuang barang, gagasan atau pengalaman dalam rangka

---

<sup>3</sup><http://pagihp.tripod.com>. Akses tanggal 03 Februari 2017

memuaskan kebutuhan dan hasrat mereka, jadi perilaku konsumen merupakan rangkaian keputusan-keputusan yang diambil konsumen terhadap suatu produk.

Dengan adanya label halal yang tercantum pada suatu produk, maka konsumen terlibat pada pembelian yang rumit karena mereka memiliki keterlibatan yang tinggi pada suatu produk karena menyadari adanya perbedaan yang signifikan dari produk-produk tersebut. Dengan begitu konsumen akan melalui tahap-tahap keputusan pembelian terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk membeli.

### **3. Pengertian Produk kosmetik**

Produk kosmetik adalah zat perawatan yang digunakan untuk meningkatkan penampilan atau aroma tubuh manusia. Kosmetik umumnya merupakan campuran dari beragam senyawa kimia, beberapa terbuat dari sumber-sumber alami dan kebanyakan dari bahan sintetis.<sup>4</sup>

IAIN PALOPO

---

<sup>4</sup> Wikipedia, *kosmetik*, ( 12 April 2017)



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### *A. Penelitian terdahulu yang relevan*

Penelitian terdahulu memuat urutan sistematis tentang penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang ada hubungannya dengan penelitian yang akan dilakukan.

*Pertama, Rosi Rosmawati, Eksistensi Dan Tanggung Jawab Majelis Ulama Indonesia (MUI) Dalam Penerapan Sertifikasi Labelisasi Halal. Produk Pangan Di Indonesia, Bandung, 2011.* Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa pengaturan dan penerapan sertifikasi serta labelisasi halal produk pangan telah diatur dalam hukum positif, yaitu melakukan pembinaan dan pengawasan dalam hal ketersediaan pangan yang memenuhi persyaratan keamanan, mutu dan gizi bagi kepentingan dan kesehatan manusia, terciptanya pedagang pangan yang jujur (informasi yang benar).

Konsumen mendapat kepastian dan jaminan bahwa produk tersebut tidak mengandung sesuatu yang halal dan juga diproduksi dengan cara yang halal. Jaminan kualitas yang bermutu akan berjalan beriringan untuk melindungi kepentingan konsumen dan dalam usaha mewujudkan ketenangan berproduksi bagi produsen.<sup>5</sup>

*Kedua, Anung Razaini Firmansyah, Tinjauan Yuridis Pengaturan Perlindungan Hukum Terhadap Pemalsuan Sertifikasi dan Labelisasi Halal*

---

<sup>5</sup>Rosi Rosmawati, Eksistensi dan Tanggung Jawab Majelis Ulama Indonesia ( MUI ) dalam Penerapan Sertifikasi Labelisasi Halal, *Skripsi*,( Fakultas Hukum, universitas padjajaran, Bandung, 2011 )

*Sebagai Bentuk Legitimasi Kehalalan Produk di Indonesia*, Surakarta, 2010. Hasil dari penelitian ini yaitu bentuk dari perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen terhadap terjadinya pemalsuan sertifikasi halal dan labelisasi halal adalah berupa pemberian sanksi pidana yang tegas yang diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Pidana ( KUHP ). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaturan sertifikasi halal dan labelisasi halal sebagai bentuk legitimasi kehalalan produk di Indonesia serta mengetahui bentuk perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen terhadap pemalsuan sertifikasi dan labelisasi halal.

Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu melalui studi kepustakaan baik berupa buku-buku, peraturan perundang-undangan, karangan ilmiah, makalah, jurnal dan Koran.<sup>6</sup>

Ketiga, Anak Agung Ayudiah Indrawati, *Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Pelabelan Produk Pangan*. Denpasar, 2011. Dari hasil penelitian tersebut di atas, dapat diperoleh kesimpulan bahwa ketentuan pelabelan produk pangan sebagaimana diatur dalam PP No. 69 tahun 1999 belum memenuhi asas-asas perlindungan konsumen, dan pelanggaran ketentuan label pangan oleh pelaku pengusaha dapat dikenakan tanggungjawab administrative, perdata maupun pidana.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup>Anung Razaini Firmansyah, Tinjauan Yuridis Pengaturan Perlindungan Hukum Terhadap Pemalsuan Sertifikasi dan Labelisasi Halal Sebagai Bentuk Legitimasi Kehalalan Produk di Indonesia, *Skripsi*( Fakultas Hukum, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 2010).

<sup>7</sup>Anak Agung Ayudiah Indrawati, *Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Pelabelan Produk Pangan*, *Tesis*( Program Studi Ilmu Hukum, Universitas Udayana, Denpasar, 2011).

Adapun secara umum penelitian di atas sejalan dengan penelitian yang akan penulis lakukan dimana mengkaji tentang program perbandingan label halal. Akan tetapi secara lebih khusus, berbeda dengan penelitian yang akan dilakukan dimana penelitian yang akan penulis lakukan lebih fokus pada “***Perbandingan Penjualan Kosmetik Berlabel Halal Dengan Kosmetik Tanpa Label Halal Pada Pasar Sentral Palopo***”

## ***B. Kajian teori***

### **1. Produk kosmetik**

Produk kosmetik adalah zat perawatan yang digunakan untuk meningkatkan penampilan atau aroma tubuh manusia. Kosmetik umumnya merupakan campuran dari beragam senyawa kimia, beberapa terbuat dari sumber-sumber alami dan kebanyakan dari bahan sintetis.<sup>8</sup>

Sebagai produk kosmetik bahan nabati dan hewani memiliki kandungan dan manfaat atau khasiat masing-masing. Berikut ini uraian beberapa bahan nabati/hewani yang dapat dimanfaatkan untuk produk kosmetik:

#### 1. Pisang (*Musa paradisiaca*)

Pisang adalah tumbuhan berukuran besar dan berdaun lebar memanjang berasal dari suku Musaceae. Pisang memiliki buah yang muncul dalam bentuk tandan dan tersusun menjari yang disebut sisi.

#### 2. Wortel (*Solanum cycopursicum*)

---

<sup>8</sup> Wikipedia, *kosmetik*, <https://id.m.wikipedia.org/wiki/kosmetik>

Wortel mengandung vitamin A, likopen, falcarinol. Berkhasiat untuk mencerahkan kulit, menghilangkan bercak/flek hitam, serta mencegah kanker.

3. Alvokad (*Persea americana*)

Alvokad mengandung vitamin E, vitamin K, zat besi, sterolius, minyak. Berkhasiat sebagai pelembut dan pelembab alami untuk wajah, serta mengurangi penuaan dini.

4. Papaya (*Carica papaya*)

Papaya termasuk salah satu buah yang mengandung vitamin C. Bahkan, kandung vitamin C-nya lebih banyak dari pada kandungan vitamin C pada buah apel, yaitu 48x lipatnya.

Kebanyakan perusahaan kosmetik memisahkan kosmetik menjadi dua jenis, yakni kosmetik rias dengan kosmetik perawatan. Perbedaannya adalah:

1. Kosmetik rias umumnya digunakan sebagai riasan untuk era muka atau wajah, misalnya bedak, lipstik, pensil alis, perona pipi, perona mata, celak, dan maskara.
2. Kosmetik perawatan meliputi produk yang digunakan untuk merawat tubuh, termasuk krim kulit, losion tangan dan tubuh (*hand body lotion*), deodoran, parfum, sabun, masker muka, dan sebagainya.

Panduan singkat dalam kandungan suatu produk kosmetik yang tercantum dalam kemasannya. Panduan itu memberikan kamus daftar baku dalam suatu produk kosmetik yang harus dihindari atau diwaspadai oleh kaum muslim karena ketidakpastian yang belum diperoleh dari mana bahan tersebut dan bahan

baku yang diharamkan sehingga boleh digunakan umat muslim dimana bahan tersebut telah diketahui pembuatan dan asaknya tidak mengandung unsur haram atau berasal dari tumbuhan yang diharamkan.

## 2. Label

Label adalah sejumlah keterangan pada kemasan produk. Secara umum, label minimal harus berisi nama atau merek produk, bahan baku, bahan tambahan komposisi, informasi gizi, tanggal kedaluwarsa, isi produk, dan keterangan legalitas. Pelabelan pada kemasan produk harus dipersyaratkan sedemikian rupa, sehingga tidak mudah tertinggal, tidak mudah luntur atau rusak serta terletak pada bagian kemasan yang mudah untuk dilihat dan dibaca dengan jelas.<sup>9</sup>

Adapun sejumlah keterangan yang dapat dimanfaatkan untuk mengetahui apakah produk yang dibeli mengandung unsur-unsur yang diharamkan atau membahayakan bagi kesehatan adalah sebagai berikut:

### a. Keterangan bahan tambahan

Bahan tambahan adalah bahan yang tidak digunakan sebagai bahan utama yang ditambahkan dalam proses teknologi produksi.

### b. Komposisi dan nilai gizi

Secara umum informasi gizi yang diberikan adalah kadar air, kadar protein, kadar lemak, vitamin dan mineral. Yang perlu dicermati oleh konsumen terutama adalah iklan yang bombastis atau berlebihan mengenai manfaat maupun khasiat produk padahal seringkali kondisi sebenarnya tidak seperti yang diiklankan.

---

<sup>9</sup> Wikipedia, *label*, ( 12 April 2017)

c. Batas kedaluwarsa

Sebuah produk harus dilengkapi dengan tanggal kedaluwarsa yang menyatakan umur pemakaian dan kelayakan pemakaian atau penggunaan produk. Menurut PP No. 69 tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan Pasal 27 Ayat 2 berbunyi: “Baik digunakan sebelum tanggal sesuai dengan jenis dan daya tahan produk yang bersangkutan.” Sedangkan Ayat 3 berbunyi: “Dalam hal produk pangan yang kedaluwarsa lebih dari tiga bulan dibolehkan hanya mencantumkan bulan dan tahun kedaluwarsa saja”.

d. Keterangan legalitas

Keterangan legalitas memberikan informasi bahwa produk telah terdaftar dibadan pengawasan obat dan makanan (Badan POM), berupa kode nomor registrasi. Kode MD dan SP adalah untuk makanan lokal dan ML untuk makanan impor.

Namun masih banyak produk yang berlabel halal, akan tetapi tidak terdaftar sebagai produk yang telah disertifikasi halal, hal ini khususnya produk yang berkode SP atau tidak berkode sama sekali. Maka untuk produk-produk yang demikian, pengetahuan konsumen yang menentukan apakah diragukan kehalalannya atau tidak, jika ragu-ragu maka sikap yang terbaik adalah tidak membeli produk yang diragukan kehalalannya.

Disamping itu, ada beberapa macam label secara spesifik yang mempunyai pengertian berbeda antara lain:

- 1) Label produk (*product label*) adalah bagian dari pengemasan sebuah produk yang mengandung informasi mengenai produk atau penjualan produk.

- 2) Label merek (*brand label*) adalah nama merek yang diletakkan pada pengemasan produk.
- 3) Label tingkat (*grade label*) mengidentifikasi mutu produk, label ini bisa terdiri dari huruf, angka atau metode lainnya untuk menunjukkan tingkat kualitas dari produk itu sendiri.
- 4) Label deskriptif (*descriptive label*) mendaftar isi, menggambarkan pemakaian dan mendaftar ciri-ciri produk yang lainnya. Pemberian label (*labeling*) merupakan elemen produk yang sangat penting yang patut memperoleh perhatian seksama dengan tujuan untuk menarik para konsumen.

Adapun fungsi dari label yaitu:

- a. Merupakan salah satu bentuk perlindungan pemerintah kepada para konsumen yang baru, yang berupa pelaksanaan tertib suatu undang-undang bahan kosmetik. Dalam hal ini pemerintah mewajibkan produsen untuk melekatkan label/etiket pada hasil produksinya sesuai dengan peraturan yang tercantum dalam undang-undang bahan kosmetik.
- b. Dengan melekatkan label sesuai dengan peraturan berarti produsen memberikan keterangan yang diperlakukan oleh para konsumen agar dapat membeli serta meneliti secara bijaksana.
- c. Merupakan jaminan bahwa bahan yang dipilih tidak berbahaya bila digunakan, untuk mengatasi hal ini maka para konsumen membiasakan diri untuk membaca label terlebih dahulu sebelum membelinya.

d. Bagi produsen label dipergunakan untuk alat promosi dan pengenalan terhadap barang tersebut.<sup>10</sup>

### 3. Halal

Halal berasal dari bahasa Arab yang berarti melepaskan atau tidak terikat. Secara etimologi halal berarti hal-hal yang boleh dilakukan secara bebas atau tidak terikat oleh hal-hal yang melarangnya. Sertifikat halal adalah suatu fatwa tertulis dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan suatu kehalalan produk menurut syariat Islam.

Dalam Al-Qur'an, Allah memerintahkan agar manusia mengkonsumsi makanan dan minuman yang sifatnya halal dan thayyiban. Firman Allah dalam Surat Al-Baqarah ayat 168:

Terjemahnya:



*“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; Karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu” (Qs. Al-Baqarah: 168).<sup>11</sup>*

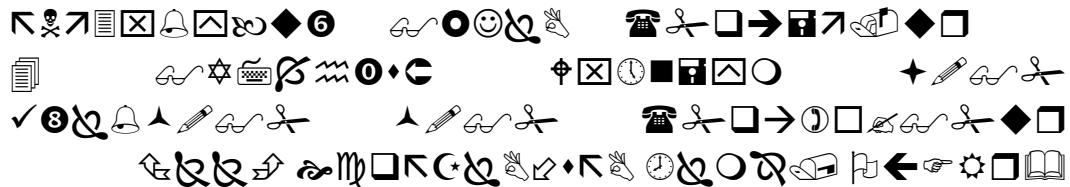
---

<sup>10</sup>Fic Ahmad, .*pengertian label*, ( 12 April 2017 )

<sup>11</sup>Departemen agama RI, *Al-Qur'an dan terjemahannya* Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2009.



Halal adalah sesuatu yang diperbolehkan menurut ajaran Islam seperti yang telah terkandung di dalam firman Allah Surah Al-Mai'dah ayat 88:



Terjemahnya:

*“ Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya” (QS. Al-Ma'idah: 88).*

Seperti tafsiran ayat di atas, umat Muslim diwajibkan makan makanan yang halal lagi baik. Lalu apa hubungannya ayat tersebut dengan kosmetik yang halal? Pada dasarnya, penggunaan kosmetik berbeda dengan makanan, karena zat-zat yang dikandungnya tidak masuk secara langsung ke dalam tubuh. Namun, bila produk tersebut mengandung alkohol, gliserin yang berasal dari hewan atau bahan kimia berbahaya maka bahan-bahan tersebut akan bekerja pada kulit masuk ke aliran darah yang artinya akan juga terserap ke dalam tubuh. Jadi cukup jelas mengapa kosmetik halal ternyata juga merupakan kosmetik yang baik bagi kesehatan jiwa pemakainya bahkan produk kosmetik yang halal juga dapat dipastikan memiliki andil bagi kesehatan raga penggunanya.<sup>12</sup>

Agama Islam merupakan agama yang sangat bijak dan mengatur umatnya agar tidak memakan makanan yang haram dengan menjelaskan semua yang halal dimakan maupun yang diharamkan.

---

<sup>12</sup> Asmiati, “Dunia Kosmetik Halal”, 10 Mei 2018

Halal adalah segala objek atau kegiatan yang diizinkan untuk digunakan atau dilaksanakan, dalam agama Islam. Pasangan halal adalah *thayyib* yang berarti baik. Suatu produk yang tidak hanya halal tapi juga harus *thayyib*; apakah layak digunakan atau tidak, atau bermanfaat kah bagi kesehatan. Lawan halal adalah haram.

Halal sebagai salah satu dari lima hukum, yaitu: farduh (wajib), mustahab (disarankan), halal (diperbolehkan), makruh (dibenci), haram (dilarang).<sup>13</sup>

Benar bahwa Halal itu daerah halal itu luas, tetapi mayoritas jiwa manusia yang ambisius merasa kurang puas dengan hal itu walaupun banyak jumlahnya. Maka kita temukan jiwa manusia tergiur kepada sesuatu yang haram dengan melanggar hukum-hukum Allah mereka itulah orang-orang yang zalim. Pada dasarnya, produsen pada catatan ekonomi konvensional tidak mengenal istilah halal dan haram. Yang menjadi prioritas kerja mereka adalah memenuhi keinginan pribadi dengan mengumpulkan laba, harta, dan uang. Ia tidak mementingkan apakah yang di produksinya itu bermanfaat atau berbahaya, baik atau buruk, etis atau tidak etis.<sup>14</sup>

Masalah kehalalan produk yang akan dikonsumsi merupakan persoalan yang sangat besar, apa yang akan dikonsumsi itu benar-benar halal dan tidak tercampur sedikitpun dengan barang haram.

Saat ini produk kosmetik halal sudah banyak dijumpai di mana-mana, selain itu juga tersedia dengan beraneka ragam pilihan. Tetapi ada beberapa

---

<sup>13</sup> Wikipedia, *halal*, ( 12 April 2017 )

<sup>14</sup> Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam* (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), h.117

produk kosmetik dalam negeri/luar negeri yang sudah lama dikonsumsi oleh konsumen dan merasa sudah cocok, ataupun ingin mencoba kosmetik yang menawarkan berbagai kelebihan dengan hasil yang memuaskan. Namun produk tersebut masih belum jelas status halalhnya. Sebenarnya bukan berarti yang tidak masuk list label halal, tidak boleh dipakai. Hanya saja kita sebagai orang awam kesulitan dalam mengecek secara detail nama-nama isi kandungan yang diperbolehkan maupun tidak. Adapun bahan kosmetik yang aman digunakan yaitu sebagai berikut:

1. *Retinol*, merupakan vitamin A dari substansi hewani dan merupakan bentuk vitamin A yang sudah dikenal luas. Retinol mempunyai fungsi untuk meningkatkan kolagen, memperbaiki pembuluh darah, mempercepat regenerasi sel, menghilangkan jerawat, dan menghilangkan bekas jerawat, mengatasi kulit kusam, serta menghilangkan flek.
2. *Alpha-Hydroxy Acids*, berfungsi untuk membuang sel yang sudah rusak dan kulit mati, mengurangi garis halus, bintik hitam, serta bisa untuk mengatasi sisa bekas jerawat. Dalam konsentrasi kurang dari 3% AHA mampu bekerja sebagai agen pengikat air.
3. *Hyaluronic Acid / Asam Hialuronat (HA)*: Asam hialuronat mampu menyerap air dan membuat kulit lebih menjadi kenyal. Salah satu aplikasi dari asam hialuronat adalah sebagai jaringan pengisi lunak untuk mengatasi kerutan dan lipatan diwajah. Moisturizer yang mengandung HA dapat membantu perbaikan kulit dan tumbuhnya sel baru. Juga dapat mengatasi kulit kering,

atau iritasi. Krim HA, pelembab, dan krim mata, biasanya dijual dengan harga yang cenderung mahal.

4. *Peptida*, peptida banyak disebut sebagai bahan produk kosmetik dan perawatan kulit paling efektif. Penelitian telah menunjukkan bahwa protein kecil yang merangsang kolagen dan elastin juga bertindak sebagai antioksidan.
5. *Hydroquinone*. Zat ini sangat efektif untuk menyingkirkan masalah pigmentasi kulit dan mengurangi jumlah melanin. Produk kosmetik dan kecantikan kulit biasanya mengandung hydroquinone 2%, versi resep berisi 4%.

Tips memilih produk kosmetik yang aman:

1. Yang pertama kali kita lihat adalah izin edar dari badan POM.
2. Tanggal kadaluarsa, bahan-bahan yang telah melewati batas kadaluarsa sangat dicurigai akan terdapat bakteri berbahaya yang dapat menyebabkan infeksi. <sup>15</sup>
3. Sebelum menentukan produk kecantikan adalah memeriksa kandungan bahayanya. Produk yang komposisi pembuatnya dari bahan alami dan Organic biasanya tidak memakai bahan pengawet kimia. Sehingga banyak bahan alami dan organic akan cepat terurai bila terpapar matahari dan udara. <sup>16</sup>

#### **4. Pengertian label halal**

Berdasarkan peraturan pemerintah nomor 69 tahun 1999, label halal tentang label halal dan iklan pangan, tulisan, kombinasi keduanya atau bentuk lain

---

<sup>15</sup>David Schlessinger ( 13 April 2017 )

<sup>16</sup>RichAmor, *Produk Kecantikan Dan Kosmetik Yang Aman*, ( 12 April 2017 )

yang disertakan dalam pangan, di masukkan ke dalam, ditempelkan pada dan atau merupakan bagian kemasan pangan.

Menurut peraturan pemerintah Pasal 10 pasal 9, setiap orang yang memproduksi atau mengemas pangan yang dikemas keseluruh wilayah Indonesia untuk diperdagangkan dan menyatakan bahwa pangan tersebut halal bagi umat Islam bertanggung jawab atas kebenaran pernyataan tersebut dan wajib mencantumkan keterangan halal pada label.

Produk halal adalah produk pangan, obat, kosmetika dan produk lain yang tidak mengandung unsur atau barang haram dalam proses pembuatannya serta dilarang untuk dikonsumsi umat Islam, baik yang menyangkut bahan baku, bahan tambahan, bahan pembantu lainnya termasuk bahan produksi yang diolah melalui proses rekayasa genetika dan iradiasi yang pengelolahannya dilakukan sesuai dengan syariat Islam serta memberikan manfaat yang lebih dari pada madharat (efek). Khusus mengenai Pasal 30 Ayat 2 dalam penjelasan Undang-undang pangan disebutkan bahwa keterangan halal untuk suatu produk pangan sangat penting bagi masyarakat Indonesia yang mayoritas memeluk agama Islam. Namun, pencantumannya pada label pangan baru merupakan kewajiban apabila setiap orang yang memproduksi pangan atau memasukkan pangan kedalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan menyatakan bahwa pangan yang bersangkutan adalah halal bagi umat Islam.

Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) adalah lembaga yang bertugas untuk meneliti, mengkaji, menganalisa dan memutuskan apakah produk-produk baik pangan dan

turunannya, obat-obatan dan kosmetika apakah aman dikonsumsi baik dari sisi kesehatan dari sisi agama Islam yakni halal atau boleh dan baik untuk dikonsumsi bagi umat Muslim khususnya di wilayah Indonesia, selain itu memberikan rekomendasi, merumuskan ketentuan dan bimbingan pada masyarakat.

Lembaga ini didirikan atas keputusan Majelis Ulama Indonesia (MUI) berdasarkan surat keputusan nomor 018/MUI/1989, pada tanggal 26 Jumadil Awal 1409 Hijriah atau 6 Januari 1989.

Sertifikat produk halal adalah surat keputusan fatwa halal yang dikeluarkan Dewan Pimpinan MUI dalam bentuk sertifikat. Sertifikat produk halal ini merupakan syarat untuk mencantumkan label halal. Ini artinya sebelum pengusaha memperoleh izin untuk mencantumkan label halal atas produk pangannya, terlebih dahulu ia mengantongi sertifikat produk halal yang diperoleh Lembaga Pengkajian Obat-obatan dan Kosmetika (LP POM) MUI.

## **5. Pengertian jual beli**

Jual beli (*al-bai'*, *al-tijarah*, *al-mubadalah*) menurut bahasa adalah saling menukar (pertukaran). Dalam perkataan lain yaitu mengambil sesuatu dan memberikan sesuatu.<sup>17</sup> Menurut istilah artinya pemberian harta karena menerima harta dengan ikrar penyerahan dan jawab penerimaan (*ijab-qabul*) dengan cara yang diizinkan.<sup>18</sup> Dalam konteks yang lain, yaitu menukar suatu barang dengan barang yang lain dengan cara yang tertentu (*akad*).<sup>19</sup>

---

<sup>17</sup>Sayyid Sabiq, *Fiqhi as-Sunnah*, (Jil.III, Libanon: Darl Fikr, t.th.), h.29.

<sup>18</sup> Taqiyuddin Abi Bakri bin Muhammad al-Husaini, *Kifayatul Akhyar*. (Surabaya: Darl Kitab Islam, t.th.), h. 183

Adapun pengertian jual beli menurut syariat Islam adalah pertukaran harta atas dasar saling rela atau memindahkan milik dengan ganti yang dapat dibenarkan oleh hukum Islam (berupa alat tukar yang sah).<sup>20</sup>

## **6. Keputusan konsumen**

### **1. Pengertian keputusan konsumen**

Pengambilan keputusan konsumen (*consumer decision making*) adalah suatu proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Hasil dari proses pengintegrasian ini adalah suatu pilihan yang disajikan secara kognitif sebagai keinginan berperilaku.<sup>21</sup>

Ada beberapa kunci yang bisa kita dapatkan dari kata konsumen yaitu:

- a. Pelanggan, pemakai, pengguna, pembeli, dan pengambil keputusan.
- b. Barang, jasa, merk, harga, kemasan, kualitas, kredit, took, layanan purna penjual.
- c. Menawar, mencari informasi membandingkan merk.
- d. Persepsi, preferensi, sikap, loyalitas, kepuasan, motivasi, gaya hidup.

Perilaku konsumen yang loyal terhadap suatu produk tentu saja menguntungkan bagi produsennya, karena konsumen akan terus berusaha mencari

---

<sup>19</sup> Rachmat Syafei, *Fiqih Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), h. 297.

<sup>20</sup> Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, (Cet. 2; Jakarta: Sinar Grafika, 2000), h. 130.

<sup>21</sup>Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapan dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011)

produk yang diinginkannya. Namun demikian, jika konsumen terus-menerus kesulitan mencari produk yang diinginkannya, maka lama-lama konsumen akan mencoba merk yang lain. Sementara itu, perilaku konsumen yang tidak loyal atau dengan perkataan lain membeli sebuah produk hanya karena kebiasaan saja, perlu memperhatikan aspek-aspek lain secara lebih serius.

Keyakinan adalah pemikiran deskriptif yang dimiliki seseorang mengenai sesuatu. Label adalah bagian sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau tentang penjualannya. Sebuah label bisa merupakan bagian dari kemasan atau etiket (tanda pengenal) yang dicantumkan pada produk. Jadi keyakinan terhadap label halal adalah pemikiran deskriptif yang dimiliki pelanggan mengenai label halal produk kosmetik Wardah.<sup>22</sup>

## **2. Faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen**

Keputusan pembeli dari konsumen sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor penting. Faktor-faktor ini sangat penting untuk diketahui bagi pemasar agar dapat menentukan strategi yang akan diterapkan. Seperti yang telah dikemukakan oleh Philip Kotler, bahwa perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Masing-masing dari faktor-faktor tersebut memiliki subfaktor yang menjadi elemen pembentuknya. Fakto-faktor budaya mem[unyai pengaruh yang paling luas dan paling dalam.<sup>23</sup>

### **a. Faktor budaya**

Faktor budaya memiliki pengaruh yang sangat luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen, mencakup budaya, sub budaya, dan kelas sosial

---

<sup>22</sup>Stanton dan William (2004)

<sup>23</sup>Philip Kotler, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Erlangga ( 2008), h.199



konsumen. Budaya adalah suatu nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan dan tingkah laku dari keluarga dan institusi lainnya. Setiap perilaku konsumen dipengaruhi oleh berbagai sistem nilai dan norma budaya yang berlaku pada suatu daerah yang berkebudayaan seperti apa dan bagaimana.

Sub budaya adalah kelompok orang yang mempunyai sistem nilai yang sama berdasarkan pada pengalaman hidup dan situasi. Sub budaya meliputi nasionalis, agama, kelompok ras dan wilayah geografis. Bagian pemasaran harus merancang dan program pemasaran yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka (konsumen).

Kelas sosial adalah divisi atau bagian-bagian masyarakat yang relative permanen dan teratur dengan para anggotanya yang mengikuti nilai-nilai, kepentingan dan perilaku yang sama. Kelas sosial tidak ditentukan oleh satu faktor saja, misalnya pendapatan, tetapi ditentukan sebagai suatu kombinasi pekerjaan, pendapatan, pendidikan dan kekayaan.<sup>24</sup>

#### b. Faktor sosial

Selain faktor-faktor budaya, perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status sosial konsumen. Kelompok acuan adalah kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau tingkah laku seseorang. Seperti teman, saudara, tetangga dan rekan kerja. Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan anggota keluarga sangat mempengaruhi perilaku pembelian.

---

<sup>24</sup>Tri Widodo, Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen, *Skripsi* ( Surakarta; Universitas Muhammadiyah 2015), h. 16

Sedangkan peran status seorang yang berpartisipasi diberbagai kelompok akan membawa pada posisi tertentu. Setiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan yang diberikan oleh masyarakat. Seseorang seringkali memilih produk yang menunjukkan status mereka dalam masyarakat. Pemasar menyadari potensi simbol status dari produk dan merk.

Kelompok adalah perilaku seseorang dipengaruhi oleh banyak kelompok (group). Kelompok adalah dua orang atau lebih yang berinteraksi untuk mencapai sasaran individu maupun bersama. Pentingnya pengaruh kelompok, bervariasi untuk setiap produk dan merknya. Pembelian produk yang dibeli dan digunakan secara pribadi tidak banyak dipengaruhi oleh karena baik produk maupun merknya tidak akan dikenali oleh orang lain.

Anggota keluarga dapat memengaruhi perilaku pembeli. Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat. Orang pemasaran tertarik pada peran dan pengaruh seorang suami, istri, maupun anak-anak dalam pembelian produk dan jasa yang berbeda.

Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat ditetapkan baik lawan perannya maupun statusnya dalam organisasi tersebut. Setiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan yang diberikan oleh masyarakat. Seseorang seringkali memilih produk yang menunjukkan status mereka dalam masyarakat.<sup>25</sup>

### c. Faktor pribadi

---

<sup>25</sup>Tri Widodo, ( Surakarta; Universitas Muhammadiyah 2015), h.17

Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan, ekonomi dan gaya hidup, serta kepribadian dan konsep dari pembeli. Usia berhubungan erat dengan perilaku dan selera seseorang, dengan bertambahnya usia seseorang diikuti pula dengan berubahnya selera terhadap produk begitu juga dengan faktor pekerjaan dan keadaan ekonomi. Pilihan produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang. Bila indikator ekonomi menunjukkan resesi, pemasar dapat mengambil langkah-langkah untuk merancang ulang, memposisikan kembali dengan mengubah harga produk.

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diwujudkan dalam aktivitas, interes dan opininya yang menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Sedangkan kepribadian adalah karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan respon yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan disekitarnya.<sup>26</sup>

Usia sangat memengaruhi perilaku konsumen. Orang dewasa akan mempunyai perilaku yang berbeda dengan anak-anak atau bahkan remaja, karena kebutuhan yang mereka perlukan pun berbeda sesuai dengan tingkat usianya.

Pekerjaan seseorang memengaruhi barang dan jasa yang dibelinya. Sebuah perusahaan dapat berpesialisasi menghasilkan produk-produk yang dibutuhkan satu kelompok pekerja tertentu. Situasi ekonomi seseorang akan memengaruhi pilihan produknya. Seseorang pemasar harus peka mengamati trend

---

<sup>26</sup>Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, (Jakarta: 2000), h.10

pendapatan, tabungan pribadi, dan tingkat bunga. Jika indikator-indikator ekonomi menunjukkan datangnya resesi, orang pemasaran dapat mengambil langkah-langkah untuk merancang ulang, mereposisi, dan menetapkan kembali harga produk mereka dengan cepat.

Gaya hidup orang-orang yang berasal dari sub kebudayaan, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama dapat memilih gaya hidup yang cukup berbeda. Gaya hidup adalah pola hidup seseorang seperti yang diperlihatkannya dalam kegiatan, minat, dan pendapat-pendapatnya.

Kepribadian tiap orang yang berbeda memengaruhi perilaku membelinya. Kepribadian adalah karakteristik psikologis unik seseorang yang menghasilkan tanggapan-tanggapan yang relatif konsisten dan menetap terhadap lingkungannya. Kepribadian bisa berguna untuk menganalisis perilaku konsumen atas suatu produk maupun pilihan merk.<sup>27</sup>

#### d. Faktor psikologis

Faktor psikologis yang mempengaruhi pilihan pembelian terdiri dari empat faktor, yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap. Motivasi adalah kebutuhan yang cukup mendorong seseorang untuk bertindak, dengan memuaskan kebutuhan tersebut ketegangan akan berkurang, sedangkan persepsi adalah proses yang digunakan seseorang dalam memilih, mengatur dan menginterpretasikan masukan informasi untuk menciptakan gambaran yang berarti. Seseorang yang termotivasi siap untuk bertindak, bagaimana seseorang

---

<sup>27</sup>Tri Widodo, ( Surakarta; Universitas Muhammadiyah 2015), h.19

termotivasi bertindak akan dipengaruhi oleh persepsinya terhadap situasi tertentu.<sup>28</sup>

Dalam perilaku konsumen yang dipengaruhi faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis dapat diambil kesimpulan bahwa dalam pembelian suatu produk khususnya dalam pengambilan keputusan. Para pembeli dipengaruhi oleh empat faktor tersebut, meskipun pengaruhnya pada setiap konsumen berbeda-beda. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen ini akan dapat menghasilkan petunjuk bagaimana meraih dan melayani konsumen secara lebih efektif dan efisien.<sup>29</sup>

Motivasi adalah suatu kebutuhan yang secara cukup dirangsang untuk membuat seseorang mencari kepuasan atas kebutuhannya. Persepsi adalah proses di mana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi suatu gambaran yang berarti mengenai dunia. Pembelajaran merupakan perubahan pada perilaku individu yang muncul dari pengalaman. Proses belajar berlangsung melalui dorongan (drive), rangsangan (stimuli), petunjuk (cluse), tanggapan (response), dan penguatan (reinforcement), yang saling menguatkan. Keyakinan adalah pemikiran deskriptif seseorang mengenai sesuatu. Sikap menggambarkan evaluasi, perasaan, dan kecenderungan seseorang terhadap suatu objek atau gagasan.

### **3. Pengambilan keputusan membeli**

---

<sup>28</sup>Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, ( Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000)

<sup>29</sup>Tri Widodo, ( Surakarta; Universitas Muhammadiyah 2015), h.20

Sebelum konsumen memutuskan untuk menggunakan suatu produk, seseorang konsumen pada dasarnya akan melakukan suatu proses pengambilan keputusan terlebih dahulu. Proses pengambilan keputusan merupakan tahap-tahap konsumen dalam memutuskan suatu produk tertentu yang menurutnya paling baik diantara yang lainnya, sehingga keputusan pembelian dapat diartikan sebagai kekuatan kehendak konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk apabila konsumen memiliki minat untuk membeli suatu produk.

Proses pengambilan keputusan konsumen yang luas terjadi untuk kepentingan khusus konsumen atau keputusan yang mempunyai keterlibatan tinggi. Tingkat keterlibatan tinggi merupakan karakteristik konsumen. Konsumen mempunyai keterlibatan tinggi apabila dalam membeli suatu produk ataupun jasa, mereka meluangkan cukup banyak waktu, perhatian dan usaha untuk membandingkan suatu merk dan lokasi penjualan.<sup>30</sup>

Proses pengambilan keputusan yang luas merupakan jenis keputusan yang paling lengkap, berawal dari pengenalan masalah konsumen yang dapat dipecahkan melalui pembelian beberapa produk. Untuk keputusan ini konsumen mencari produk tertentu. Dan mengetahui seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalah. Evaluasi produk dan merk dapat memecahkan masalahnya, evaluasi produk dan merk dapat mengarahkan konsumen akan mengevaluasi hasilnya.

#### **4. Analisis Terhadap Kosmetik Berlabel Halal Dengan Kosmetik Tanpa Label Halal**

---

<sup>30</sup>Tri Widodo, ( Surakarta; Universitas Muhammadiyah 2015), h.22

Agama Islam adalah agama yang diturunkan oleh Allah sebagai rahmat bagi alam semesta. Islam sangat menghargai dan melindungi kepentingan manusia. Dikarenakan manusia mempunyai nafsu yang kadang selalu mengajak kerakusan dan kejahatan, maka Allah meletakkan dasar-dasar, undang-undang dan peraturan muamalah agar dapat membatasi manusia untuk tidak berbuat sewenang-wenang dengan hak orang lain dengan cara yang batil. Sistem muamalah dalam Islam mengenal bahwa segala sesuatu pada dasarnya boleh untuk dilakukan dengan tujuan untuk kemaslahatan bersama. Akan tetapi kebolehan tersebut dapat juga berubah menjadi sesuatu yang dilarang apabila terdapat alasan yang mendukungnya.

Rukun jual beli ada tiga yaitu ada pihak dan penjual (*akid*), Adanya lafal (*ijab kabul*), adanya uang dan benda (*ma'qud alaih*). Sehingga jika salah satu dari rukun tidak terpenuhi maka jual beli tersebut tidak dikategorikan sebagai jual beli. Kaitannya dengan penjualan kosmetik berlabel halal dan tanpa label halal, penulis akan menganalisisnya dari beberapa hal:

a. Syarat dan rukun jual beli

1) Adanya pihak penjual dan pembeli (*Akid*)

Pada pembahasan sebelumnya, telah penulis kemukakan bahwa orang yang melakukan jual beli harus memenuhi syarat-syarat, diantaranya: kehendaknya sendiri atau tidak dipaksa, sehat akalnya, sudah dewasa atau baligh. Dalam jual beli kosmetik di Pasar Sentral Palopo para penjual dan pembelinya sudah dewasa dan sehat akalnya. Dalam penjualan jual beli kosmetik yang terjadi selama ini belum pernah ditemukan orang yang orang yang melakukannya adalah orang yang

belum dewasa atau orang yang kurang akalnya. Dari uraian ini sudah jelas bahwa jual beli kosmetik di Pasar Sentral Palopo ditinjau dari segi *Akidnya* dan sudah sesuai dengan aturan jual beli dalam Islam.

2) Obyek yang diperjualbelikan (*ma'qud alaih*)

Adapun syarat yang terkait dengan obyek yang dijadikan sasaran jual beli adalah sebagai berikut:

- a. Barang itu ada, atau tidak ada di tempat, tetapi pihak penjual menyatakan kesanggupannya untuk mengadakan barang itu. Namun dalam hal ini yang terpenting adalah saat diperlukan barang itu sudah ada dan dapat dihadirkan pada tempat yang telah disepakati bersama.
- b. Dapat dimanfaatkan dan bermanfaat bagi manusia. Oleh karena itu bangkai, babi, dan benda-benda haram lainnya tidak sah menjadi obyek jual-beli, karena benda-benda tersebut tidak bermanfaat bagi manusia dalam pandangan Syara'.
- c. Suci barang atau mungkin untuk di sucikan sehingga tidak sah penjualan benda-benda najis seperti anjing, babi dan lainnya.
- d. Barang yang dimiliki, barang yang boleh diperjualbelikan adalah milik sendiri, atau mendapatkan kuasa dari pemilik untuk menjualnya, barang yang sifatnya belum dimiliki seseorang, tidak boleh diperjualbelikan.
- e. Harus jelas bentuk, zat, dan ukurannya.

Yang dimaksud dengan suci bendanya berarti benda tersebut bukan merupakan benda yang najis. Dalam jual beli kosmetik di Pasar Sentral Palopo bila dilihat dari segi benda yang dijadikan obyeknya yaitu kosmetik,



maka ia termasuk benda yang suci dan diperbolehkan untuk diperjualbelikan. Sedangkan yang dimaksud dengan bendanya bermanfaat menurut Syara' berarti pemanfaatan benda tersebut tidak bertentangan dengan norma-norma agama.

### 3) Lafaz / sighat (*ijab* dan *qabul*)

*Ijab* adalah perkataan penjual, umpamanya, "Saya jual barang ini sekian."

*Qabul* adalah ucapan si pembeli, "Saya terima (saya beli) dengan harga sekian." Sedangkan suka sama suka itu tidak dapat diketahui dengan jelas kecuali dengan perkataan, karena perasaan suka itu bergantung pada hati masing-masing. Ini pendapat kebanyakan ulama. Tetapi Nawawi, Mutawali, Bagawi, dan beberapa ulama yang lain berpendapat bahwa lafaz itu tidak menjadi rukun, hanya menurut ada kebiasaan saja. Apabila menurut adat telah berlaku bahwa hal yang seperti itu sudah dipandang sebagai jual beli, itu saja sudah cukup karena tidak ada suatu dalil yang jelas untuk mewajibkan lafaz.<sup>31</sup>

Unsur terpenting dalam jual beli adalah adanya kerelaan dari kedua belah pihak (*Akid*). Kerelaan tersebut dapat dilihat dari *ijab* dan *qabu* yang dilangsungkan.

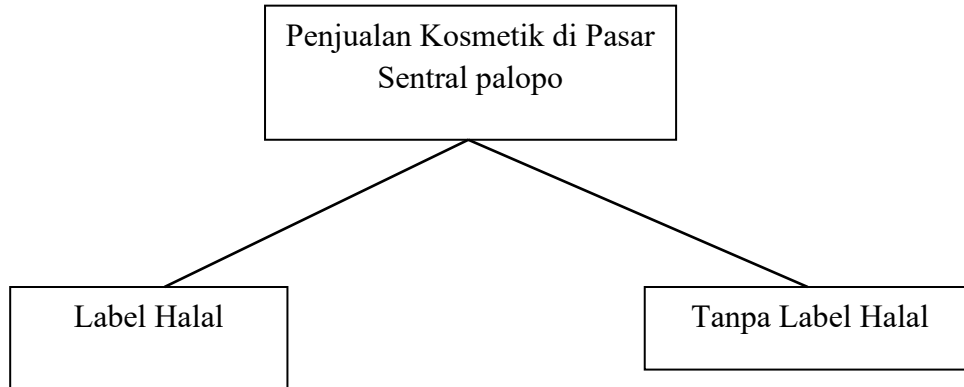
Adapun syarat dalam *ijab* dan *qabul* adalah:

- a. Keadaan *ijab* dan *qabul* satu sama lainnya saling berhubungan di satu tempat tanpa ada pemisah yang merusak.
- b. Makna kedua hendaklah sama walaupun lafal keduanya berlainan.
- c. Keduanya tidak disangkutkan dengan urusan yang lain.
- d. Terdapat batas waktu.

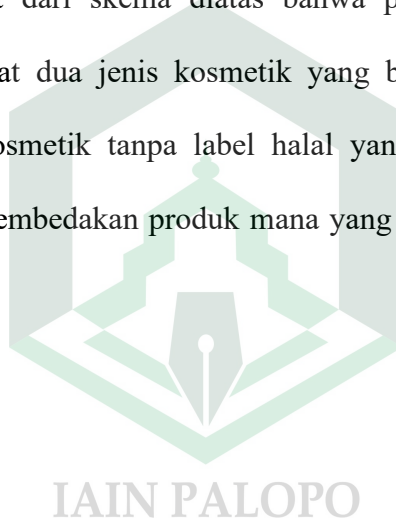
---

<sup>31</sup>Sulaiman Rasjid, *Fiqih Islam*, (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2010), hal. 281.

### *C. Kerangka fikir*



Dapat dilihat dari skema diatas bahwa penjualan kosmetik di pasar sentral palopo terdapat dua jenis kosmetik yang beredar yaitu kosmetik yang berlabel halal dan kosmetik tanpa label halal yang mengakibatkan konsumen muslim sulit untuk membedakan produk mana yang benar-benar halal dan sesuai dengan syariat islam.



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 1. Pendekatan dan jenis penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif, yaitu kegiatan penelitian dilakukan di lingkungan masyarakat yang ditunjukkan untuk mendeskripsikan dan menganalisa fenomena, peristiwa, aktivasi sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran orang secara individual maupun kelompok.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Penelitian ini berusaha menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang yang perilakunya diamati. Penelitian ini bersifat pengamatan dan penganalisaan, di mana data yang diperoleh dari obyek yang diteliti dicoba untuk diamati dan dianalisa yang kemudian ditarik sebuah kesimpulan.<sup>32</sup>

Untuk mengumpulkan data dalam hal ini penulis menggunakan dua jenis pendekatan yaitu pendekatan sosiologis dan pendekatan syar'i

- a. Pendekatan sosiologis, yaitu dengan memerlukan sasaran pasif ketimbang menyusun secara aktif dunia sosial mereka.
- b. Pendekatan Syar'i, yaitu penulis dalam penulisannya berpedoman pada dalil-dalil nash Al-Qur'an dan hadist Nabi saw yang berkenaan dengan kaidah-kaidah transaksi dalam jual beli.

---

<sup>32</sup>M. Subana dan Sudrajat, *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah*, (Cet. II; Bandung: CV Pustaka Setia, 2005), h. 26.

## **2. Lokasi penelitian**

Penelitian ini berfokus di Pasar Sentral Palopo. Peneliti memilih tempat ini karena Pasar Sentral Palopo merupakan pusat perbelanjaan di kota Palopo. Penelitian dilakukan selama satu bulan yaitu mulai 22 Februari sampai 17 Maret 2017.

## **3. Informan/Subjek penelitian**

Subjek dalam penelitian ini adalah orang atau sekelompok orang yang dapat memberikan informasi. Terdiri dari penjual kosmetik yang berhubungan dengan penelitian. Dalam penelitian ini, subjek penelitian lebih dibatasi untuk mereka yang dapat memberikan pengaruh terhadap penjualan produk Kosmetik.

## **4. Sumber data**

### **a. Data primer**

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli yang diperoleh langsung dari hasil wawancara dan observasi dengan objek penelitian yaitu pada pihak penjual kosmetik di Pasar Sentral Palopo.

### **b. Data sekunder**

Data sekunder adalah data yang di peroleh atau dikumpul oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data ini dapat diperoleh dari perusahaan, majalah, artikel atau dari penelitian terdahulu. Data sekunder digunakan untuk masalah yang diteliti, landasan teori dan bahan pendukung lainnya.

## 5. Teknik pengumpulan data

### a. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang di lakukan.

Teknik observasi digunakan untuk melihat dan mengamati perubahan fenomena-fenomena sosial yang tumbuh dan berkembang yang kemudian dapat dilakukan perubahan atas penilain tersebut, bagi pelaksana obsevaser untuk melihat obyek moment tertentu, sehingga mampu memisahkan antara yang di perlukan dengan yang tidak di perlukan.

### b. Wawancara

Wawancara yang dilakukan untuk memperoleh informasi langsung dari responden atau metode pengumpulan data dengan tanya jawab yang dikerjakan berlandaskan pada tujuan penelitian dengan menggunakan panduan wawancara.<sup>33</sup>

### c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu metode yang penulis gunakan untuk mendapatkan data dengan cara mencatat dan mengambil data-data dokumentasi. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar dokumen-dokumen tersebut dapat membantu dalam memecahkan masalah-masalah dalam penelitian Produk kosmetik yang berlabel halal dengan tanpan label halal di pasar Sentral Palopo yang telah ditetapkan dan dijadikan sebagai sampel penelitian.

---

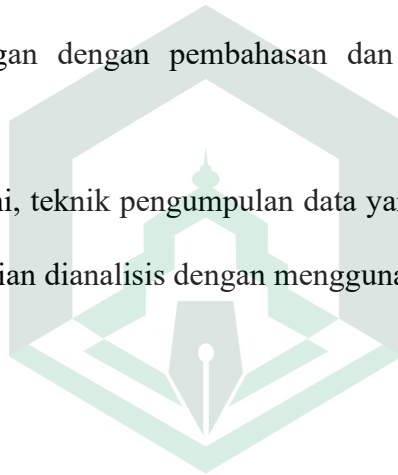
<sup>33</sup>Moh Nasir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: kencana 2002), h. 193.

## 6. *Teknik analisis data*

Adapun Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini:

- a. Teknik induktif, yakni analisis data yang bertitik tolak teori pengetahuan yang bersifat khusus kemudian menarik kesimpulan yang bersifat umum.
- b. Teknik deduktif, yaitu suatu bentuk penganalisaan data yang bersifat umum kemudian menarik kesimpulan yang bersifat khusus.
- c. Teknik komperatif, yaitu menganalisis data yang digunakan dengan cara mengadakan perbandingan dari data atau pendapat para ahli tentang masalah yang berhubungan dengan pembahasan dan kemudian menarik sebuah kesimpulan.

Dalam skripsi ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah pustaka dan lapangan kemudian dianalisis dengan menggunakan metode kualitatif.



IAIN PALOPO

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### ***A. Gambaran Umum Pasar Sentral Palopo***

Pasar Sentral Palopo sekarang dikenal dengan nama Pusat Niaga Palopo (PNP) setelah direnovasi pada tanggal 16 Mei 2001 dan diresmikan pada tanggal 10 September 2002, dan sekaligus peletakan batu pertama oleh Bupati Luwu (Almarhum) H. Kamrul Kasim. Masa perampungan Pasar Sentral Kota Palopo sampai dengan tahun 2004, hal ini memiliki perjalanan sejarah yang cukup panjang dan unik.

#### ***1. Sejarah Singkat Tentang Pasar Sentral Palopo***

Pasar sebagai tempat bertemunya antara penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi untuk memenuhi kepuasan masing-masing. Jual beli dalam Islam sudah dilakukan oleh Nabi Muhammad Saw sejak dulu, dengan berlandaskan syari'at Islam yaitu jujur dan adil. Masyarakat yang berdagang di Pasar Sentral Palopo rata-rata merupakan turunan dari keluarga mereka yang sejak dulu mengguluti dunia perdagangan.

Pasar Sentral Kota Palopo yang sekarang dikenal dengan Pusat Niaga Palopo diresmikan pada tanggal 10 September 2002 sekaligus peletakan batu pertama oleh Bupati Luwu (alm.) H. Kamrul Kasim, dan pada tahun 2004 Pusat Niaga Palopo pernah mengalami kebakaran. Setelah itu dilakukan renovasi untuk memperbaiki fasilitas yang rusak. Begitu banyak sejarah dari Pusat Niaga Palopo (PNP). Keberadaan Pasar Sentral Palopo ini memang cukup strategis karena berada di pusat Kota yang merupakan jalur angkutan umum sehingga mudah

dijangkau. Selain itu, juga bersampingan dengan terminal Dangerakko Kota Palopo. Dengan letak geografis Pasar Sentral Kota Palopo akan tumbuh dan berkembang dengan pesat di masa yang akan datang.

Dengan keberadaan Pasar Sentral Kota Palopo ini tidak hanya dirasakan oleh masyarakat Kota Palopo saja akan tetapi juga masyarakat dari luar Kota Palopo, sebab letaknya yang mudah dijangkau dan dilalui oleh angkutan umum.

Guna mempercepat pembangunan Pasar Sentral Kota Palopo, maka DPRD saat itu membentuk tim khusus untuk survei langsung kelapangan meninjau lokasi, apa benar-benar sudah terbebas antara pro dan kontra antar masyarakat. Pasar Sentral Kota Palopo yang dibangun di atas tanah kurang lebih 4 hektar dimana sebagian tanahnya masih berstatus hak milik dan di dalamnya terdapat tanah masyarakat, tetapi telah diserahkan kepada pemerintah dengan ketentuan diganti dengan bangunan dan ruko sehingga pada tahun 2001 terjadilah perjanjian kontra antara pemerintah daerah (Pemda) dan developer, di mana inti dari perjanjian kontra adalah kurang lebih dari 25 tahun.

## ***2. Letak Geografis Pasar Sentral Palopo***

Untuk mengetahui tentang letak geografis Pasar Sentral palopo, maka penulis mencoba menguraikannya walaupun tidak secara mendetail tetapi secara garis besar saja dan masih banyak kekurangan dan pengetahuan masalah Pasar Sentral Palopo. Dilihat dari letak geografis, pasar sentral terletak di jantung Kota Palopo yang merupakan salah satu kota termuda di Sulawesi Selatan. Pasar ini terletak dengan terminal Kota Palopo yang merupakan tempat transportasi bagi masyarakat umum dan juga pasar ini dilewati oleh angkutan umum.



Oleh karena itu, pasar ini mudah untuk dijangkau, baik masyarakat Kota Palopo itu sendiri maupun masyarakat luar Kota, apalagi mendekati hari-hari besar seperti idhul fitri, tahun baru, natal, dll. Pasar Sentral Palopo akan ramai oleh pengunjung.

Pasar Sentral Palopo dibangun di atas tanah seluas kurang lebih 4 hektar dengan batas-batas sebagai berikut:

1. Sebelah Selatan berbatasan dengan terminal Dangerakko Kota Palopo,
2. Sebelah Utara berbatasan dengan Jalan KH. Ahmad Dahlan,
3. Sebelah Barat berbatasan dengan Jalan Gutto Patallo (Jalan Mangga),
4. Sebelah Timur berbatasan dengan jalan Rambutan.

Dengan letak geografis Pasar Sentral Palopo yang cukup strategis, maka diharapkan Pasar Sentral Palopo akan tumbuh dan berkembang dengan pesat di masa yang akan datang.

Keberadaan Pasar Sentral Palopo sangat dirasakan manfaat dan fungsinya oleh sebagian masyarakat di luar Kota Palopo, sebab masyarakat tidak lagi membutuhkan waktu yang lama untuk mencari kebutuhannya di Pasar Sentral Palopo.

Akses kepasar ini cukup mudah dengan jalur angkutan umum, dan jasa angkutan lainnya seperti ojek dan becak, sehingga dapat membantu masyarakat untuk sampai ke Pasar Sentral Palopo.

### ***3. Kondisi Objektif Pasar Sentral Palopo***

Pasar memiliki peranan penting dalam perekonomian serta pasarlah tempat bergantung hidup dari sebagian masyarakat. Tanpa adanya pasar, banyak

pihak yang akan merasakan kesulitan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Seperti para penjual akan berhenti menjadi seorang pedagang dan pembelipun akan kesulitan mencari kebutuhan pokok. Dengan kata lain, terjadi saling ketergantungan antara penjual dan pembeli.

Pasar Sentral Palopo ini berada di lokasi yang sangat strategis yaitu mudah dijangkau dan dilalui angkutan umum ditambah lagi lokasinya yang berdekatan dengan terminal Dangerakko sehingga menambah keunggulan tersendiri dari Pasar Sentral Palopo.

Namun, masih ada beberapa faktor pendukung Pasar Sentral Palopo masih kurang mendapat perhatian dari pemerintah, misalnya lingkungan Pasar Sentral Palopo, sangat kotor dan bau serta kurang terawat, banyak bangunan yang sudah seharusnya mendapat perbaikan seperti pengecatan dan bangunan yang sudah rapuh serta sampah berserakan dimana-mana.

Fasilitas yang tersedia masih kurang memadai seperti wc umum yang sudah tidak terpakai lagi karena kurang terpelihara kebersihannya sehingga sangat kotor dan bau, belum lagi tempat parkir yang tidak teratur dengan baik sehingga masih banyak pengunjung yang memarkirkan kendaraan mereka disembarang tempat yang terkadang menimbulkan kemacetan di sekeliling Pasar Sentral Palopo.

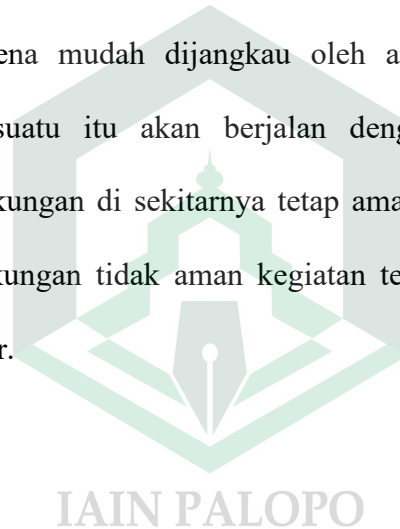
Untuk mengetahui kondisi Pasar Sentral Palopo terlebih dahulu kita harus mengetahui kondisi masyarakatnya (para pedagang di dalamnya).

Sebelum diuraikan kondisi masyarakat terlebih dahulu mengutip pengertian masyarakat yaitu: menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia masyarakat

berarti “sejumlah manusia dalam arti seluas-luasnya dan terikat oleh kebudayaan yang mereka anggap sama”.<sup>34</sup>

Kondisi masyarakat Kota Palopo sebagian besar hidup dari mata pencaharian sebagai supir angkutan kota, bertani, nelayan, sisanya bergerak di bidang swasta, guru, pegawai negeri sipil dan lainnya.

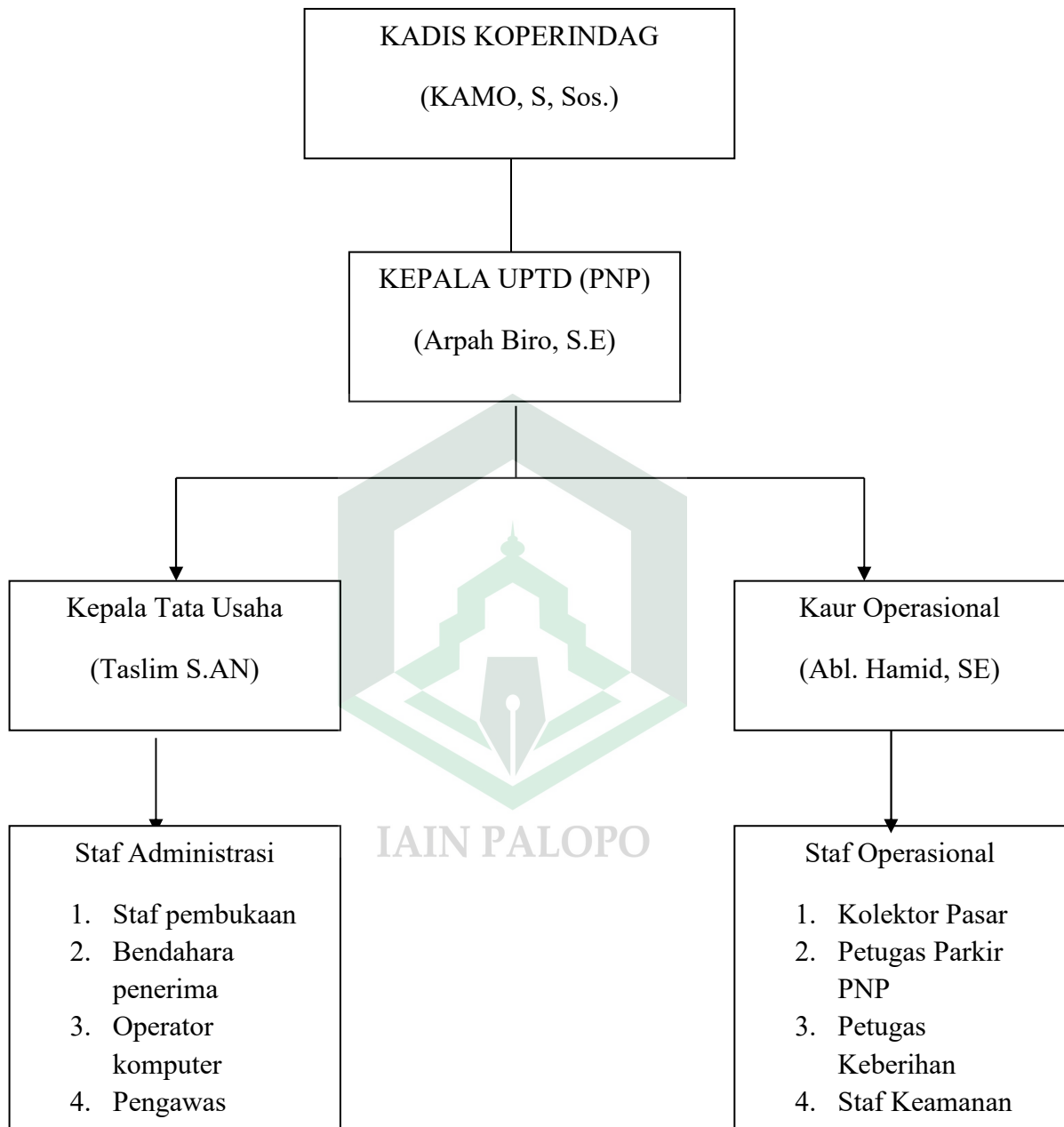
Kota Palopo dihuni oleh suku bangsa yang homogen diantaranya ada suku Luwu, Jawa, Toraja, dan Bugis. Dari observasi penyusun, kondisi lingkungan masyarakat Kota Palopo terutama di sekitar Pasar Sentral Palopo sangat strategis, karena mudah dijangkau oleh angkutan kota. Sebagaimana diketahui bahwa sesuatu itu akan berjalan dengan lancar apabila kondisi masyarakat atau lingkungan di sekitarnya tetap aman, dan begitupun sebaliknya masyarakat dan lingkungan tidak aman kegiatan tersebut (jual-beli) tidak akan berjalan dengan lancar.



---

<sup>34</sup> Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, h. 635

**4. Struktur Organisasi Uptd Pasar Sentral Palopo Dinas Pendapatan,  
Pengelolaan Keuangan Aset Daerah**



## 1. Kondisi Fisik

Adapun Kondisi fisik pusat niaga palopo seperti tabel berikut:

Keadaan Gedung Pusat Niaga Palopo (PNP) Tahun 2015/2016

Fasilitas-fasilitas Pusat Niaga Palopo

No	Jenis Gedung	Kondisi Gedung	
		Permanen	Darurat
1	Ruko sawerigading	72	-
2	Ruko jaya Pasar	50	-
3	Ruko PSP	154	-
4	Kios	1007	-
5	Kios Lantai Dua	144	-
6	Lods Kering	264	-
7	Lods Basah	192	-
8	Pelataran	150	-

- a. Musollah
- b. Wc Umum
- c. Tempat Parkir

## 2. Keadaan Penjual dan Pembeli

- a. Penjual

Hasil penelitian yang dilakukan, dapat dijelaskan bahwa keadaan penjual di Pasar Sentral Palopo dari segi barang yang diperjual belikan umumnya tidak bertentangan dengan syariat Islam.

Penjual sebagai salah satu unsur dalam transaksi jual beli merupakan posisi yang sangat menentukan keberhasilan dalam transaksi perdagangan, karena fungsi utama penjual mencari barang yang halal lagi baik, karena mereka yang mengelola dan memiliki barang yang dijual kepada pembeli.

Dalam perspektif syariat Islam, adapun bentuk berbohong yang mendapatkan keuntungan pribadi yang mengakibatkan orang lain jadi tertipu, jelas dilarang karena hal ini berbeda dengan prinsip keadilan, di mana penjual dan pembeli seharusnya saling mendapatkan keuntungan secara adil dari hasil transaksi atau jual beli yang dilakukan oleh keduanya (penjual dan pembeli).

Islam adalah agama yang membimbing manusia untuk berperilaku dan bertindak sesuai dengan yang disyariatkan sejauh mana penganutnya melaksanakan hukum-hukum Islam itu di dalam seluruh sendi kehidupan.

Islam memberikan kebebasan kepada pasar. Ia menyerahkan kepada hukum pasar untuk memainkan perannya secara wajar dengan penawaran dengan permintaan yang ada. Akan tetapi bila di pasar telah muncul hal-hal yang tidak wajar atau tidak adil seperti monopoli komunitas oleh beberapa penjual untuk memainkan harga, maka pada saat itu kepentingan umum lebih didahulukan atas kebebasan segelintir orang atau sebagaian orang.

#### b. Pembeli

Pada pembahasan terdahulu telah dibahas tentang kondisi penjual di Pasar Sentral Palopo yang mencerminkan kepribadian seorang penjual dalam melakukan transaksi perdagangan. Tetapi membicarakan keadaan dan kondisi. Oleh karena itu, dibicarakan juga tentang kondisi pembeli, yang tidak lain adalah subjek dalam jual beli. Dan tidak akan ada penjual kalau tidak ada pembeli.

Kondisi pembeli pada Pasar Sentral Kota Palopo pada awal berdirinya mengalami perkembangan yang sangat pesat, disebabkan karena pendapatan ekonomi masyarakat sangat meningkat terutama karena tertentu oleh hadirnya pasar tersebut.

##### ***5. Sistem Pasar Sentral kota Palopo***

Manusia hidup bermasyarakat berbagai macam kelompok yang secara keseluruhan membentuk sistem. Sistem dapat diartikan sebagai sebuah hubungan atau kaitan, dari unsur-unsur yang lebih kecil membentuk suatu satuan yang lebih besar dan kompleks sifatnya.

Sistem ekonomi Islam bersumber dari sekumpulan hukum yang berbagai kehidupan, terutama dalam bidang ekonomi, dan mengatur atau mengorganisasikan hubungan manusia dengan harta benda memelihara dan memanfaatkannya.

Adapun tujuan dari sistem ekonomi jual beli menurut syariat adalah untuk menciptakan kemakmuran dan keadilan dalam kehidupan manusia guna memperoleh kesejahteraan mereka, dan menghapuskan kesenjangan dalam masyarakat Islam melalui pendistribusian kekayaan secara berkesinambungan,

mengingat bahwa adanya kesenjangan itu sebagai hasil proses sosial ekonomi yang penting untuk diperbaiki.

Sistem jual beli yang dilakukan di Pasar Sentral Kota Palopo sebenarnya bukanlah sistem ekonomi yang baru, karena sudah pada zaman Rasulullah saw. yang berlaku sampai sekarang. Dalam rangka untuk saling tolong menolong antara sesama manusia, dan masyarakat dan kerjasama saling menguntungkan untuk memenuhi segala kebutuhan pokok manusia. Bukan untuk mencari keuntungan dengan cara yang bathil.

Pada prinsipnya, sistem ekonomi dan jual beli itu bekerja untuk menciptakan keadilan dan menghilangkan riba seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, sebab transaksi dalam jual beli harus berlandaskan perolehan keuntungan secara sah menurut syariat Islam.

## **6. *Visi***

“Terwujudnya Palopo sebagai Kota Pendidikan, Jasa, Niaga dan Agro Industri yang Berwawasan Agama, Budaya, dan Lingkungan yang terkemuka di Indonesia.

## **7. *Misi***

1. Menyelenggarakan pemerintahan yang bersih, efisien, efektif, dan demokratis dengan mengedepankan supremasi hukum.
2. Mendorong pemberdayaan masyarakat dan meningkatkan pelayanan masyarakat di berbagai sektor.
3. Mendorong ketersediaan kebutuhan pokok manusia khususnya sandang dan pangan bagi masyarakat Kota Palopo.



4. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui jalur pendidikan formal dan non formal.
5. Meningkatkan derajat kesehatan masyarakat secara berkelanjutan.
6. Meningkatkan perekonomian rakyat dengan mendorong secara sungguh-sungguh simpul-simpul ekonomi rakyat, utamanya dibidang perkoperasian/syariah, industri rumah tangga, usaha kecil, mikro dan menengah, lembaga keuangan dan jasa.

#### **A. Proses Sertifikasi Halal MUI**

Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduknya adalah umat Islam. Sebagai umat Islam, tentu kita harus benar-benar memperhatikan produk yang kita konsumsi, terutama halal haramnya. Jika dikaitkan dengan kosmetik standar kosmetik berlabel halal harus memenuhi kriteria yaitu:

- a. Bahan yang digunakan tidak mengandung anjing dan babi.
- b. Bila menggunakan bahan dari binatang seperti kolagen dan lemak sapi, proses kematian atau hewan terlakukan sesuai dengan prosedur Islam.
- c. Kosmetik tidak terbuat dari hewan yang memiliki taring gigi dan hewan yang memiliki cakar.
- d. Kosmetik tidak terbuat dari darah dan placenta hewan.
- e. Kosmetik tidak mengandung alkohol.

Untuk itu, para produsen produk kosmetik yang beredar di Indonesia, sangatlah perlu mendapatkan label halal dari MUI untuk produknya. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Bapak Hasanuddin:

“Saya beritahukan bahwa untuk mendaftar Sertifikat Halal MUI pertamanya perusahaan harus terlebih dahulu membuat dan

mengimplementasikan Sistem Jaminan Halal. Dan cara untuk memperoleh sertifikasi halal MUI, langsung mendatangi kantor sekretariat LPPOM MUI terdekat untuk melakukan pendaftaran dan pembelian formulir.”<sup>35</sup>

Sertifikat halal di Indonesia dikeluarkan oleh MUI (Majelis Ulama Indonesia) untuk menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat Islam. Sertifikasi halal ini merupakan syarat untuk mendapatkan izin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang.

Bagi perusahaan yang ingin memperoleh sertifikat halal LPPOM MUI, baik industri pengolahan (pangan, obat, kosmetika), Rumah Potong Hewan (RPH), dan restoran/katering/dapur, harus melakukan pendaftaran sertifikasi halal dan memenuhi persyaratan sertifikasi halal. Berikut ini adalah tahapan yang dilewati perusahaan yang akan mendaftar proses sertifikasi halal:

1. Memahami persyaratan sertifikasi halal dan mengikuti pelatihan SJH

Perusahaan harus memahami persyaratan sertifikasi halal yang tercantum dalam HAS 23000. Selain itu perusahaan juga harus mengikuti pelatihan SJH yang diadakan LPPOM MUI, baik berupa pelatihan reguler maupun pelatihan online.

2. Menerapkan Sistem Jaminan Halal (SJH)

Perusahaan harus menerapkan SJH sebelum melakukan pendaftaran sertifikasi halal, antara lain: penetapan kebijakan halal, penetapan Tim Manajemen Halal, pembuatan Manual SJH, pelaksanaan pelatihan, penyiapan prosedur terkait SJH, pelaksanaan internal audit dan kaji ulang manajemen.

3. Menyiapkan dokumen sertifikasi halal

---

<sup>35</sup>MUI Hasanuddin , Wawancara atau interviu langsung pada tanggal 27 Februari 2017

Perusahaan harus menyiapkan dokumen yang diperlukan untuk sertifikasi halal, antara lain: daftar produk, daftar bahan dan dokumen bahan, daftar penyembelih (khusus RPH), matriks produk Manual SJH, diagram alir proses, daftar alamat fasilitas produksi, bukti sosialisasi kebijakan halal, bukti pelatihan internal dan bukti audit internal.

#### 4. Melakukan pendaftaran sertifikasi halal (upload data)

Pendaftaran sertifikasi halal dilakukan secara online di sistem Cerol melalui website [www.elppommui.org](http://www.elppommui.org). Perusahaan harus membaca user manual Cerol terlebih dahulu untuk memahami prosedur sertifikasi halal. Perusahaan harus melakukan upload data sertifikasi sampai selesai, baru dapat diproses oleh LPPOM MUI.

#### 5. Melakukan monitoring pre audit dan pembayaran akad sertifikasi.

Setelah melakukan upload data sertifikasi, perusahaan harus melakukan monitoring pre audit dan pembayaran akad sertifikasi. Monitoring pre audit disarankan dilakukan setiap hari untuk mengetahui adanya ketidaksesuaian pada hasil pre audit. Pembayaran akad sertifikasi dilakukan dengan mengunduh akad di Cerol, membayar biaya akad dan menandatangani akad, untuk kemudian melakukan pembayaran di Cerol dan disetujui oleh bendahara LPPOM MUI.

#### 6. Pelaksanaan audit

Audit dapat dilaksanakan apabila perusahaan sudah lolos pre audit dan akad sudah disetujui. Audit dilaksanakan di semua fasilitas yang berkaitan dengan produk yang disertifikasi.

#### 7. Melakukan monitoring pasca audit

Setelah melakukan upload data sertikasi, perusahaan harus melakukan monitoring pasca audit. Monitoring pasca audit disarankan dilakukan setiap hari untuk mengetahui adanya ketidaksesuaian pada hasil audit, dan jika terdapat ketidaksesuaian agar dilakukan perbaikan.

#### 8. Memperoleh sertifikasi halal

Perusahaan dapat mengunduh sertifikat halal dalam bentuk softcopy di Cerol. Sertifikat halal yang asli dapat diambil di kantor LPPOM MUI Jakarta dan dapat juga dikirim ke alamat perusahaan. Sertifikat halal berlaku selama dua tahun.

#### ***B. Pelaksanaan Jual Beli Kosmetik di Pasar Sentral Palopo***

Jual beli kosmetik di pasar Sentral Palopo sebagaimana telah disebutkan dilatar belakang masalah di mana kosmetik yang beredar ada yang berlabel halal dan tanpa label halal ini mengakibatkan konsumen muslim sulit membedakan produk mana yang benar-benar dapat dikonsumsi menurut syariat Islam tetapi para konsumen sudah tidak memperdulikan halal atau tidaknya suatu kosmetik tetapi lebih memperdulikan hasil yang cepat. Adapun penjualan kosmetik berlabel halal dan tanpa label halal tidak terlalu berpengaruh terhadap konsumen di Pasar Sentral Palopo karena konsumen lebih memilih kosmetik dengan harga yang murah dan hasil yang cepat terlebih pelanggan Pasar Sentral Palopo adalah masyarakat menengah kebawah. Sebagaimana diungkapkan oleh Nirwana:

“.....Pelanggan di sini tidak pernah memerhatikan label halal pada sebuah kosmetik tetapi mereka yang datang membeli barang yang memang biasa mereka gunakan dan lebih cenderung memilih kosmetik yang khasiatnya cepat dirasakan untuk produk pemutih wajah, tetapi untuk

kosmetik jenis lain disini produk halal juga sangat laris tetapi saya meyakini ini bukan karena label halal nya tapi karena mengikuti trend”<sup>36</sup>

Senada dengan hal itu Bapak Ansar Lubis mengungkapkan bahwa:

“.....Disini saya menjual beragam kosmetik ada yang berlabel halal dan tanpa lebel halal, akan tetapi selama ini jika saya perhatikan kebanyakan konsumen tidak terlalu peduli dengan halal atau tidaknya sebuah kosmetik mereka lebih memperhatikan tanggal kedaluwarsanya suatu kosmetik, tetapi untuk produk lipstik dan bodylation di lapak saya produk halal yang lebih laku”<sup>37</sup>

Dan sebagaimana yang telah diungkapkan oleh Bapak Iksan:

“.....Saat ini produk kosmetik berlabel halal masih banyak kita jumpai di mana-mana. Selain itu juga tersedia dengan beragam pilihannya, tentunya ini merupakan kabar gembira untuk kita semua dengan adanya kemudahan ini. Dibandingkan dengan kosmetik non label halal masih banyak pula kita temukan produk yang beredar di pasaran dengan mencantumkan label halal namun masih ditemukan kandungan yang tidak halal di dalamnya”<sup>38</sup>

Kosmetik adalah produk yang berinteraksi langsung dengan tubuh melalui kulit atau yang dikonsumsi langsung dalam bentuk obat. Kosmetik yang beredar di pasaran yang tanpa label halal bisa saja mengandung zat-zat bersifat najis dalam pandangan Islam, mengenai alasan mengapa para pedagang kosmetik masih menjual produk yang tanpa label halal, mereka hanya memperhatikan permintaan pasar di mana ada sebagian dari konsumen yang tidak terlalu

---

<sup>36</sup>Nirwana Penjual kosmetik, Wawancara atau interview langsung pada tanggal 25 Februari 2018

<sup>37</sup>Ansar Lubis Penjual kosmetik, Wawancara atau interview langsung pada tanggal 25 Februari 2017

<sup>38</sup>Iksan Penjual Kosmetik, Wawancara atau interview langsung pada tanggal 17 April 2018

memperdulikan tentang halal atau tidaknya suatu kosmetik dan mereka mengedepankan keuntungan tanpa mempertimbangkan akibat yang ditimbulkan dari penjualan kosmetik tanpa label halal.

Adapun kecenderungan para konsumen Pasar Sentral Palopo ada yang tidak terlalu peduli dengan label halal dan ada juga yang peduli label halal pada sebuah kosmetik, tetapi mengenai dengan faktor ekonomi dan trend maka dari itu banyak dari mereka memilih produk yang lebih murah yang tidak menguras dompet tapi hasil cepat. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Ibu Nurmi:

“Saya tidak terlalu mengerti tentang label halal, saya memilih kosmetik yang dapat dilihat hasilnya dengan cepat dan juga banyak digunakan oleh semua orang”<sup>39</sup>

Juga diungkapkan oleh Dawiyah:

“Kalau tentang label halal saya memahami tentang itu, tetapi itu tidak menjadi prioritas saya dalam memilih kosmetik karena tingkat perekonomian keluarga yang rendah membuat saya harus pintar-pintar untuk menghemat pengeluaran, jadi saya memilih kosmetik yang tidak menguras isi dompet tetapi tetap ada hasil”<sup>40</sup>

Senada dengan itu Iis juga mengungkapkan bahwa:

“Untuk saya, hasil cepat yang menjadi pilihan saya, kosmetik yang saya gunakan adalah kosmetik yang banyak digunakan oleh banyak orang dan saya percaya tidak akan memiliki dampak yang buruk untuk tubuh saya karena sejauh ini belum ada efek yang berarti”<sup>41</sup>

---

<sup>39</sup>Nurmi Konsumen, Wawancara atau interview langsung pada tanggal 27 Februari 2017

<sup>40</sup>Dawiyah Konsumen, Wawancara atau interview langsung pada tanggal 27 Februari 2017

<sup>41</sup>Iis Konsumen, Wawancara atau interview langsung pada tanggal 27 Februari 2017

Dan juga yang diungkapkan oleh Widia Rahayu bahwa:

“Saya sangat memperhatikan label halal yang ada pada kosmetik, oleh karena itu saya memilih Wardah untuk saya konsumsi karena produk tersebut sangat cocok dengan kulit wajah saya. Dan Wardah juga sudah terbukti kalau produk tersebut sangat bagus untuk dikonsumsi dan tidak memiliki efek samping”<sup>42</sup>

Selanjutnya juga diungkapkan oleh Sumarni bahwa:

“Kosmetik dengan label halal menjadi prioritas saya karena saya ingin menggunakan produk yang aman dan terjamin kualitasnya, apalagi kosmetik adalah produk yang digunakan secara terus menerus. Untuk itu saya tidak mau ambil resiko dalam memilih kosmetik, saya meyakini bahwa label halal adalah gambaran kualitas sebuah produk”<sup>43</sup>

Dan adapun yang diungkapkan oleh Ibu Muliati:

“Saya sangat memperhatikan produk kosmetik yang berlabel halal, saya pernah memakai produk kosmetik yang tanpa label halal dan kulit saya tidak cocok dengan produk tersebut, kerugian yang saya alami akibat kandungan tidak halal pada produk tersebut sangatlah besar. Bukan hanya kerugian material dan imaterial, namun saya juga mengalami ketidaknyamanan”<sup>44</sup>

Namun tak dapat dipungkiri bahwa mereka juga memiliki kekhawatiran dengan kosmetik yang mereka gunakan hanya saja mereka menutupi rasa cemas itu karena tidak ada pilihan lain dengan penghasilan keluarga yang rendah, Terlebih lagi apabila ada siaran televisi yang membahas tentang itu, rasa ingin beralih kekosmetik yang jelas dan berlabel halal membayangi mereka tetapi

---

<sup>42</sup>Widia Rahayu Konsumen, Wawancara atau interview langsung pada tanggal 27 Februari 2017

<sup>43</sup>Sumarni, Wawancara langsung tanggal 17 April 2018

<sup>44</sup> Muliati, Wawancara langsung tanggal 17 april 2018

mereka tidak punya pilihan lain selain tetap pada kosmetik yang biasa mereka pakai karena menganggap banyak dari kalangan mereka yang menggunakan itu, untuk mereka yang memilih kosmetik berlabel halal mereka dari kalangan yang tidak mau mengambil resiko dan meyakini bahwa produk halal merupakan pilihan terbaik.

Perbandingan penjualan kosmetik berlabel halal dan tanpa label halal di Pasar Sentral Palopo dari hasil wawancara dengan penjual kosmetik dapat disimpulkan dengan melihat omset dan pelanggan.

#### 1. Omset

Omset penjualan kosmetik berlabel halal dan tanpa label halal di pasar sentral palopo sebagaimana yang diungkapkan oleh penjual kosmetik di pasar sentral palopo yaitu :

Nirwana mengungkapkan bahwa:

“Mengenai perbandingan omset penjualan kosmetik berlabel halal dan tanpa label halal pada lapak saya tidak menentu, karena kadang dalam seminggu kosmetik halal lebih laku dan kadang juga dalam minggu berikutnya kosmetik tanpa halal yang lebih laku, apalagi persaingan pasar juga begitu berat”<sup>45</sup>

Juga diungkapkan oleh Ansar Lubis bahwa:

“Disini omset penjualan kosmetik halal dan tanpa label halal sama saja karena ada produk kosmetik halal yang lebih laku seperti lipstik, ini terjadi bukan karena label halalnya tetapi karena warna yang tersedia lebih bervariasi dan warnanya yang lebih diminati oleh masyarakat sekarang

---

<sup>45</sup> Nirwana Penjual kosmetik, Wawancara atau interview langsung pada tanggal 14 Mei 2018



dan ada juga kosmetik tanpa label halal yang lebih diminati seperti pemutih wajah”<sup>46</sup>

Omset penjualan kosmetik berlabel halal dan tanpa label halal pada Pasar Sentral Palopo dari keterangan yang diungkapkan oleh penjual kosmetik dapat disimpulkan bahwa omset penjualan kosmetik berlabel halal dan tanpa label sebanding, karena persediaan kosmetik halal dan tanpa label halal pada lapak mereka sama, meskipun terkadang kosmetik tanpa label halal lebih laku dan sering kehabisan persediaan untuk jenis kosmetik tertentu, tetapi di pasaran ada jenis produk halal yang lebih laku.

## 2. Pelanggan

Diungkapkan oleh Nirwana dan Ansar Lubis bahwa:

“ Pelanggan pada setiap harinya tidak menentu, karena adanya persaingan pasar dan tidak banyak atau tidaknya pelanggan bukan karena pengaruh halal atau tidaknya produk yang ditawarkan”<sup>47</sup>

Berdasarkan keterangan responden pelanggan yang datang membeli kosmetik pada lapak mereka tidak menentu setiap harinya, menurut mereka banyak atau tidaknya pelanggan yang datang tergantung pada keberuntungan mereka bukan pada produk yang ditawarkan.

---

<sup>46</sup> Ansar Lubis Penjual kosmetik, Wawancara atau interview langsung pada tanggal 14 Mei 2018

<sup>47</sup> Nirwana Penjual kosmetik, Wawancara atau interview langsung pada tanggal 14 Mei 2018

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### ***A. Kesimpulan***

1. Bagi perusahaan yang ingin memperoleh sertifikat halal LPPOM MUI, baik industri pengolahan (pangan, obat, kosmetika), Rumah Potong Hewan (RPH), dan restoran/katering/dapur, harus melakukan pendaftaran sertifikasi halal dan memenuhi persyaratan sertifikasi halal, seperti salah satunya ialah Memahami persyaratan sertifikasi halal dan mengikuti pelatihan SJH Perusahaan harus memahami persyaratan sertifikasi halal yang tercantum dalam HAS 23000

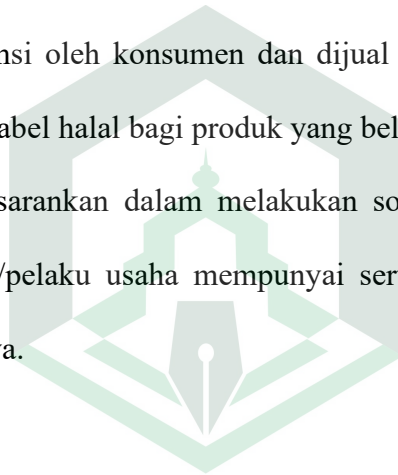
2. Jual beli kosmetik di Pasar Sentral Palopo sebagaimana telah disebutkan dilator belakang masalah di mana kosmetik yang beredar ada yang berlabel halal dan tanpa label halal ini mengakibatkan konsumen muslim sulit membedakan produk mana yang benar-benar dapat dikonsumsi menurut syariat Islam.

Adapun penjualan kosmetik berlabel halal dan tanpa label halal tidak terlalu berpengaruh terhadap konsumen di Pasar Sentral Palopo karena konsumen lebih memilih kosmetik dengan harga yang murah dan hasil yang cepat terlebih pelanggan pasar sentral palopo, kecenderungan para konsumen pasar sentral Palopo ada yang tidak terlalu peduli dengan label halal dan ada juga yang peduli label halal pada sebuah kosmetik, tetapi mengenai dengan faktor ekonomi dan trend maka dari itu banyak dari mereka memilih produk yang lebih murah yang tidak menguras dompet tapi hasil cepat.

## ***B. Saran***

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan diatas, maka penulisan memberikan saran:

1. Kepada seluruh masyarakat pada umumnya agar senantiasa memperhatikan kosmetik yang berlabel halal dengan kosmetik tanpa label halal dan sekiranya agar mereka lebih cenderung menggunakan kosmetik yang berlabel halal.
2. Perusahaan sebaiknya tetap mencantumkan label halal pada semua produk yang dikonsumsi oleh konsumen dan dijual di pasaran, serta menambah pencantuman label halal bagi produk yang belum mendapat label halal.
3. Pemerintah disarankan dalam melakukan sosialisasi harus lebih meluas agar produsen/pelaku usaha mempunyai sertifikat halal untuk labelisasi halal produknya.



IAIN PALOPO

## SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama :  
Hari/tanggal :  
Profesi/pekerjaan :  
Alamat :

Menerangkan:

Nama : Sarmila Bambang  
Nim : 14.16.15.0078  
Pekerjaan : Mahasiswa IAIN Palopo  
Jurusan : Perbankan syariah

Bahwa yang bersangkutan telah mengadakan wawancara dalam rangka penelitian yang berjudul **“Perbandingan Penjualan Kosmetik Berlabel Halal Dengan Kosmetik Tanpa Label Halal Pada Pasar Sentral Palopo”**

Demikian keterangan ini di buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

IAIN PALOPO

Palopo.....2018

( )

**L**

**A**

**M**



**P**

**I**

IAIN PALOPO

**R**

**A**

**N**



IAIN PALOPO







IAIN PALOPO









## DAFTAR PUSTAKA

Departemen agama RI, *Al-Qur'an dan terjemahannya* Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2009.

Mushaf Al-Azhar, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, Bandung: Penerbit Hilal, 2010

Anak Agung Ayudiah Indrawati, *Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Pelabelan Produk Pangan*, *Tesis*, Program Studi Ilmu Hukum, Universitas Udayana, Denpasar, 2011

Anung Razaini Firmansyah, *Tinjauan Yuridis Pengaturan Perlindungan Hukum Terhadap Pemalsuan Sertifikasi dan Labelisasi Halal Sebagai Bentuk Legitimasi Kehalalan Produk di Indonesia*, *Skripsi*, Fakultas Hukum, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 2010

Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000

David Schlessinger 13 April 2017

Fie Ahmad, *,pengertian label,* 12 April 2017

<http://pagihp.tripod.com>. Akses tanggal 03 Februari 2017

M. Subana dan Sudrajat, *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah*, Cet. II; Bandung: CV Pustaka Setia, 2005

Moh Nasir, *Metode Penelitian*, Jakarta: kencana 2002

Nadiah, *Perlindungan Konsumen Terhadap Pemalsuan Sertifikasi Dan Pencantuman Label Halal Secara Ilegal*, *skripsi*, Jakarta; UIN Syarif Hidayatullah 2014

Philip Kotler, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Erlangga 2000

Rosi Rosmawati, Eksistensi dan Tanggung Jawab Majelis Ulama Indonesia ( MUI ) dalam Penerapan Sertifikasi Labelisasi Halal, *Skripsi*, Fakultas Hukum, universitas padjajaran, Bandung, 2011

RichAmor, *Produk Kecantikan Dan Kosmetik Yang Aman*, 12 April 2017

Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah*, Bandung: Pustaka Setia, 2001

Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, Cet. 2; Jakarta: Sinar Grafika, 2000

Sayyid Sabiq, *Fihi as-Sunnah*, Jil.III, Libanon: Darl Fikr

Stanton dan William 2004

Sulaiman Rasjid, *Fiqh Islam*, Bndung: Sinar Baru Algensindo, 2010

Tri Widodo, Pengaruh Labelisasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen, *Skripsi*, Surakarta; Universitas Muhammadiyah 2015

Taqiyuddin Abi Bakri bin Muhammad al-Husaini, *Kifayatul Akhyar*. Surabaya: Darl Kitab Islam, t.th

Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa

Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapan dalam Pemasaran*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2011

Wikipedia, *label*, 12 April 2017

Wikipedia, *kosmetik*, 12 April 2017

Wikipedia, *label*, 12 April 2017

Wikipedia, *halal*, 12 April 2017

Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani Press, 1997



IAIN PALOPO