

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Penelitian

Keinginan dan kebutuhan merupakan dua elemen mendasar dalam diri manusia yang secara alami mendorong individu untuk terus berupaya mencapai kepuasan dan memenuhi berbagai aspek yang menunjang keberlangsungan hidupnya. Dalam ajaran Islam, aspek konsumsi tidak dibiarkan berjalan tanpa arahan, melainkan harus dilandasi oleh lima prinsip utama, yaitu prinsip kehalalan, prinsip keadilan, prinsip kesederhanaan, prinsip kemurahan hati, serta prinsip moralitas.<sup>1</sup> Islam memberikan tuntunan kepada umatnya agar dalam melakukan konsumsi senantiasa berpegang teguh pada ketentuan dan hukum-hukum yang bersumber dari syariat. Hal ini bertujuan agar konsumsi yang dilakukan mampu memberikan manfaat secara maksimal, serta dapat menghindarkan seseorang dari penyimpangan terhadap kebenaran dan dari berbagai dampak negatif yang merugikan. Sebagaimana didalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 168-169:<sup>2</sup>

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ إِنَّمَا يَأْمُرُكُمْ بِالسُّوءِ وَالْفَحْشَاءِ وَأَنْ تَقُولُوا عَلَى اللَّهِ مَا لَا تَعْلَمُونَ

Artinya: “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. Sesungguhnya syaitan itu hanya menyuruh kamu berbuat jahat dan keji, dan mengatakan terhadap Allah apa yang tidak kamu ketahui.”

Penjelasan dari ayat ini menegaskan bahwa konsumsi yang halal dan baik bukan hanya berlaku untuk makanan dan minuman saja, tetapi juga untuk seluruh aspek kehidupan, termasuk produk non-pangan.<sup>3</sup> Hal ini menjadi dasar penting bagi umat Islam dalam memilih dan menggunakan berbagai produk, terutama di era modern ini di mana kebutuhan akan produk-produk praktis dan efektif semakin

---

<sup>1</sup> Ikhawan Aulia Fatahillah, “Implementasi Konsep Etika Dalam Konsumsi Perspektif Ekonomi Islam,” *Hukum Islam* 13.2 (2013), Hal. 150.

<sup>2</sup> Tim Penerjemah, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya* (Jakarta, 2019), Hal.34.

<sup>3</sup> Nila Aprilia; Asep Syarif Ismail Nurazizah, “Perilaku Halal Lifestyle Dalam Meningkatkan Minat Terhadap Pembelian Produk Halal,” *Jurnal Ekonomi Industri Halal* 4 (2024), Hal. 70.

meningkat. Salah satu contoh yang relevan adalah penggunaan produk kosmetik, yang belakangan banyak digunakan oleh umat Islam.

Dalam ajaran Islam, konsumsi yang halal dan baik tidak hanya menjadi pedoman dalam memilih apa yang dikonsumsi, tetapi juga dalam praktik transaksi jual beli. Islam menekankan bahwa jual beli sebagai bentuk muamalah harus dilakukan berdasarkan prinsip keadilan dan kejelasan, termasuk dalam hal kehalalan objek yang diperjualbelikan.<sup>4</sup> Sebuah transaksi dianggap sah apabila memenuhi rukun dan syarat akad, di mana salah satu syarat pentingnya adalah bahwa objek jual beli harus berupa barang yang halal dan suci.<sup>5</sup> Hal ini menunjukkan bahwa prinsip kehalalan yang menjadi dasar konsumsi umat Islam juga berlaku dalam kegiatan ekonomi, termasuk jual beli. Dengan demikian, kejelasan status halal suatu produk menjadi sangat penting, karena jika tidak terpenuhi, maka transaksi tersebut dapat mengandung unsur *gharar* (ketidakjelasan) yang dilarang dalam Islam dan berpotensi menggugurkan keabsahan akad.<sup>6</sup> Oleh sebab itu, dalam masyarakat Muslim, memilih produk yang jelas kehalalannya tidak hanya berkaitan dengan ibadah pribadi, tetapi juga menentukan sah tidaknya praktik jual beli yang dilakukan.

Mengingat komposisi demografis Indonesia yang didominasi oleh umat Islam, negara memiliki kewajiban konstitusional dan moral untuk menjamin bahwa setiap barang yang beredar dan digunakan masyarakat memenuhi standar yang sesuai dengan prinsip syariah, khususnya dalam hal kehalalan produk. Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH). Dalam rumusan Pasal 4 ditegaskan adanya kewajiban sertifikasi halal bagi setiap barang yang diimpor, didistribusikan, dan diperjualbelikan di wilayah hukum Indonesia. Pengaturan ini tidak hanya ditujukan bagi produk makanan dan minuman, tetapi juga menjangkau sektor nonpangan seperti produk farmasi, kosmetika, serta berbagai barang konsumsi lain yang termasuk dalam rezim jaminan produk halal.<sup>7</sup>

---

<sup>4</sup> Risa Pujianti, "Analisis Akad Jual Beli VIP Account Dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus CV Swadaya Media Group)" (IAIN Metro, 2023), Hal. 28.

<sup>5</sup> "Fatwa DSN-MUI Nomor 110/Tahun 2017 Tentang Akad Jual Beli" (Jakarta, 2017).

<sup>6</sup> Akram Ista, "Riba, Gharar, Dan Maysir Dalam Sistem Ekonomi," *Jurnal Tana Mana* 5.3 (2024), Hal. 319.

<sup>7</sup> "Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal" (Jakarta, 2014).

Implementasi kewajiban sertifikasi halal dilakukan secara bertahap sebagaimana diatur dalam Pasal 67 UU JPH. Berdasarkan ketentuan yang ditetapkan oleh BPJPH melalui Keputusan Kepala BPJPH Nomor 1333 Tahun 2021, ditetapkan bahwa mulai tanggal 17 Oktober 2026, seluruh produk makanan, minuman, obat tradisional, kosmetik, produk kimiawi dan barang gunaan wajib telah bersertifikat halal untuk dapat beredar secara sah di pasar Indonesia.<sup>8</sup>

Penggunaan *skincare* dan kosmetik di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat, terutama di kalangan perempuan. Selain sebagai perawatan, produk ini telah menjadi bagian dari gaya hidup modern yang dipengaruhi oleh media sosial dan *beauty influencer*. Berdasarkan data Nawiyah, jumlah pelaku usaha meningkat 20,6% pada 2022 dan diprediksi tumbuh 5,91% per tahun. Konsumen kini juga semakin mempertimbangkan aspek kehalalan dan bahan alami sebagai faktor penting dalam memilih produk.<sup>9</sup>

Salah satu merek yang mencerminkan tren ini adalah *Skintific*, yang telah meraih popularitas signifikan di Indonesia sejak diperkenalkan pada Agustus 2021. Produk-produk *Skintific* juga telah terdaftar di Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Indonesia, menunjukkan komitmen mereka terhadap standar keamanan dan kualitas produk. Namun, hingga saat ini, belum ada informasi resmi mengenai sertifikasi halal untuk produk-produk *Skintific*, yang menjadi pertimbangan penting bagi konsumen Muslim di Indonesia.<sup>10</sup>

Salah satu inovasi signifikan dalam industri kosmetik saat ini adalah hadirnya produk kosmetik dengan teknologi *waterproof*, yang dirancang agar tahan terhadap air, keringat, dan kelembapan. Kosmetik jenis ini memungkinkan riasan bertahan lebih lama tanpa perlu sering diperbaiki, menjadikannya pilihan favorit bagi konsumen yang memiliki mobilitas tinggi atau yang membutuhkan ketahanan make up dalam berbagai kondisi cuaca. Produk-produk seperti *foundation*, *eyeliner*,

---

<sup>8</sup> Fatika Rahma Hamidah, "Efektivitas Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Dalam Menerbitkan Sertifikat Halal" (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022), Hal. 45.

<sup>9</sup> Nawiyah, "Penyebab Pengaruhnya Pertumbuhan Pasar Indonesia Terhadap Produk Skin Care Lokal Pada Tahun 2022," *Jurnal Penelitian Multidisiplin* 1.12 (2023), Hal 1394.

<sup>10</sup> *Skintific*, "Our Brand Stories," *Skintific*, 2025, <https://skintific.id/id/pages/brand-story>, diakses tgl 17 Mei 2025 pkl 21.39.

*mascara*, hingga *cushion* kini banyak diproduksi dalam versi *waterproof*.<sup>11</sup> Dalam konteks ini, *Skintific* sebagai salah satu brand kosmetik ternama turut berinovasi dengan mengeluarkan produk *Skintific Cover All Perfect Cushion*, yang juga diklaim memiliki formula *waterproof*, antioksidan, serta perlindungan terhadap sinar UV.

Sejalan dengan pesatnya perkembangan industri kosmetik di Indonesia, peningkatan kesadaran akan pentingnya produk halal kini menjadi fokus utama dalam kehidupan generasi milenial. Gaya hidup milenial yang lebih kritis, produktif, serta dekat dengan teknologi, memengaruhi pola konsumsi mereka, termasuk dalam memilih produk yang sesuai dengan prinsip halal.<sup>12</sup> Hal ini menjadikan pasar ekonomi halal, termasuk kosmetik halal, sebagai sektor yang berkembang pesat, baik di Indonesia maupun global, karena tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen Muslim, tetapi juga dapat menarik perhatian konsumen non-Muslim yang tertarik pada produk yang lebih alami dan etis.<sup>13</sup>

Seiring meningkatnya kesadaran umat Islam terhadap pentingnya produk halal, kebutuhan akan regulasi yang tegas dan komprehensif dalam sektor kosmetik pun menjadi semakin mendesak. Kosmetik sebagai bagian dari gaya hidup modern yang sangat dekat dengan keseharian Masyarakat terutama generasi milenial tidak lagi dipandang hanya dari sisi fungsinya, tetapi juga dari aspek kepatuhan terhadap syariat. Menjawab kebutuhan tersebut, Majelis Ulama Indonesia (MUI) melalui Komisi Fatwa menetapkan Fatwa Nomor 26 Tahun 2013 sebagai acuan dalam menentukan standar kehalalan produk kosmetik dan penggunaannya dalam kehidupan sehari-hari.

Fatwa ini hadir sebagai upaya menjawab keraguan umat terhadap status kehalalan berbagai produk kosmetik yang beredar luas di pasaran, mengingat kemajuan teknologi telah memungkinkan penggunaan berbagai bahan sintetis,

---

<sup>11</sup> Wulandari Rahayu Windi, "Penggunaan Produk Waterproof Cosmetics Bagi Wanita Dalam Perspektif Medis Dan Hukum Islam (Studi Kasus Mahasiswi Hukum Keluarga Angkatan 2017 Uin Raden Intan Lampung)" (UIN Raden Intan Lampung, 2024), Hal. 35.

<sup>12</sup> Ning Purnama Sariati, "Lifestyle Generasi Millennial Dalam Kerangka Pasar Ekonomi Halal," *Istithmar* 3, no. 2 (2019), Hal. 94.

<sup>13</sup> Warto Warto and Zainal Arif, "Halal Product Business between Opportunities and Challenges, Problems and Solutions," *Al-Ulum* 20, no. 1 (2020), Hal. 278.

hewani, maupun hasil rekayasa genetika dalam komposisi produk.<sup>14</sup> Dalam fatwa tersebut, ditegaskan bahwa kosmetika hanya dapat dikategorikan halal apabila seluruh bahan yang digunakan bersumber dari zat yang halal dan suci, serta tidak melibatkan unsur najis atau bahan yang membahayakan. Tidak hanya bahan, proses produksi juga menjadi perhatian penting, di mana produsen harus memastikan tidak ada kontaminasi dari bahan haram selama pembuatan hingga pengemasan.<sup>15</sup>

Komisi Fatwa MUI Nomor 26 Tahun 2013 secara jelas membedakan antara kosmetik luar dan kosmetik dalam. Kosmetik luar yang digunakan di permukaan tubuh diperbolehkan penggunaannya selama tidak mengandung bahan najis atau haram, serta tidak menghalangi keabsahan ibadah seperti wudhu. Bahkan jika kosmetik tersebut mengandung bahan najis selain dari unsur babi, penggunaannya masih dapat ditoleransi dengan syarat dilakukan penyucian sesuai kaidah *tathhir syar'i* (penyucian syariat). Fatwa ini menekankan bahwa aspek yang paling krusial dalam penggunaan kosmetik luar adalah tidak adanya penghalang bagi air wudhu untuk menyentuh kulit secara langsung, serta tidak adanya unsur najis yang melekat saat pelaksanaan ibadah.

Dalam hal ini, apabila muncul produk kosmetik luar seperti *make up waterproof* yang memiliki potensi menghalangi air wudhu.<sup>16</sup> Status hukum *make up waterproof* dapat dianalisis melalui pendekatan *qiyas*. *Qiyas* adalah metode istinbat hukum dalam Islam yang menyamakan hukum suatu perkara baru (*far'u*) dengan perkara yang telah ada ketentuannya (*ashl*) karena memiliki *'illat* yang sama.<sup>17</sup> Dalam kasus ini, kosmetik yang bersifat *waterproof* meskipun tidak najis, tetapi menimbulkan halangan terhadap sampainya air wudhu ke kulit, dapat dianalogikan dengan kosmetik najis yang diperbolehkan dengan syarat disucikan.

---

<sup>14</sup> Salma Nada; Mohammad Ali Hisyam Firdauzy, "Tinjauan UU No. 8 Tahun 1999 dan Fatwa MUI No. 26 Tahun 2013 Terhadap Bisnis Kosmetik Halal Di Kecamatan Kamal Kabupaten Bangkalan," *Kaffa: Journal of Sharia Economic & Bussines Law* 1.1 (2022), Hal. 18.

<sup>15</sup> Komisi Fatwa MUI, "Fatwa MUI Nomor 26 Tahun 2013 Tentang Standar Kehalalan Produk Kosmetik Dan Penggunaannya" (Jakarta, 2013).

<sup>16</sup> Nila Aprilia; Asep Syarif Ismail Nurazizah, "Perilaku Halal Lifestyle Dalam Meningkatkan Minat Terhadap Pembelian Produk Halal," *Jurnal Ekonomi Industri Halal* 4 (2024), Hal. 63.

<sup>17</sup> Ahmad Masfuful Fuad, "Qiyas Sebagai Salah Satu Metode Istinbāt Al-Ḥukm," *Mazahib* 15, no. 1 (2016), Hal. 44.

Maka, produk *waterproof* ini dapat dikenakan *qiyas musawi*, yakni *qiyas* yang menetapkan hukum yang sama karena kesamaan ‘illat, yaitu adanya penghalang yang dapat membatalkan ibadah jika tidak dihilangkan. Oleh karena itu, meskipun tidak najis, kosmetik *waterproof* tetap wajib dihilangkan sebelum wudhu sebagaimana halnya kosmetik najis, agar ibadah tetap sah.

Meskipun kehalalan produk kosmetik *waterproof* seperti *Cushion Skintific* masih belum sepenuhnya jelas, baik dari sisi kandungan maupun penggunaannya yang berpotensi menghalangi air wudhu, praktik jual belinya tetap marak dilakukan, terutama oleh kalangan wanita Muslim di Indonesia. Hal ini terbukti dari tingginya tingkat penjualan produk tersebut, di mana *Skintific* menjadi salah satu merek kosmetik terlaris di pasar Indonesia, bahkan berhasil menempati posisi atas dalam kategori *cushion* di berbagai *platform e-commerce* seperti Shopee dan Tokopedia.<sup>18</sup> Fenomena ini menimbulkan pertanyaan dari sudut pandang hukum ekonomi syariah, khususnya terkait keabsahan akad jual beli yang dilakukan.

Dalam konteks ini, muncul persoalan penting yang layak dikaji secara mendalam, yakni apakah status tidak halalnya suatu produk kosmetik lebih disebabkan oleh kandungan bahan yang digunakan, atau justru oleh sifat fisik produknya seperti klaim *waterproof* yang secara fungsional dapat menghalangi sampainya air ke permukaan kulit dan berpotensi mengganggu keabsahan ibadah wudhu. Dalam hukum Islam, aspek kehalalan tidak hanya ditentukan oleh unsur *zatiyah* (substansi) dari suatu produk, tetapi juga oleh cara penggunaannya (*kaifiyah*) dan dampaknya terhadap pelaksanaan syariat. Oleh karena itu, penilaian terhadap kehalalan kosmetik seperti *Cushion Skintific* tidak cukup hanya dengan melihat komposisinya semata, melainkan juga perlu mempertimbangkan efeknya terhadap ibadah *mahdhah* yang mensyaratkan kebersihan dan kesucian secara sempurna.

Melihat kondisi tersebut penelitian ini memiliki urgensi yang tinggi mengingat semakin berkembangnya industri kosmetik *waterproof* di tengah

---

<sup>18</sup> Wolipop, “Raih Penghargaan Bergengsi, *SKINTIFIC* Diburu Hingga Malaysia,” Wolipop Lifestyle, 2023, <https://wolipop.detik.com/advertorial-news-block/d-6596091/raih-penghargaan-bergengsi-skintific-diburu-hingga-malaysia>, diakses tgl 27 Mei 2025 pk1 07.00.

masyarakat muslim yang menuntut kepastian hukum terkait kehalalan produk dan keabsahan transaksi. Kurangnya pemahaman masyarakat mengenai kandungan bahan kosmetik serta implikasinya terhadap sahnya ibadah dan akad jual beli berpotensi menimbulkan praktik muamalah yang tidak sesuai dengan prinsip syariah. Selain itu adanya ketidakjelasan mengenai sertifikasi halal dan transparansi komposisi produk menjadi persoalan penting yang perlu dikaji secara mendalam agar tidak merugikan konsumen muslim dari sisi hukum agama.

Berdasarkan kondisi tersebut penelitian ini difokuskan untuk menganalisis keabsahan akad jual beli produk kosmetik *waterproof* khususnya *Cushion Skintific* dalam perspektif hukum ekonomi syariah. Salah satu syarat sahnya akad jual beli dalam Islam adalah kejelasan dan kehalalan objek transaksi. Meskipun *Cushion Skintific* termasuk dalam kategori kosmetik luar yang penggunaannya dapat ditoleransi dalam fatwa tertentu ketidakpastian mengenai komposisi bahan dan sertifikasi halal tetap menjadi masalah penting dalam transaksi syariah. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi apakah praktik jual beli produk *Cushion Skintific* dapat dinilai sah secara syar'i atau justru berisiko batal karena tidak terpenuhinya syarat-syarat objek jual beli yang sesuai dengan ketentuan fikih muamalah.

Berlandaskan uraian latar belakang di atas, penulis merasa perlu untuk melakukan penelitian yang mendalam dengan judul **“Analisis Validitas Jual Beli Produk Kecantikan *Waterproof* Menurut Komisi Fatwa MUI Nomor 26 Tahun 2013 Tentang Standar Kehalalan Produk Kecantikan dan Penggunaannya (Studi pada Produk *Cushion Skintific*)”**, guna mengkaji kesesuaian produk tersebut dengan ketentuan pada Fatwa mengenai Standar Kehalalan Produk Kosmetik dan dampaknya pada akad jual beli.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, adapun permasalahan dari penelitian dalam penulisan Skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi objektif perusahaan *Skintific*?

2. Bagaimana konsep kehalalan produk kosmetik dalam perspektif Hukum Ekonomi Syariah?
3. Bagaimana standar kehalalan produk kosmetik?
4. Bagaimana keabsahan jual beli produk kosmetik *waterproof* pada produk *Cushion Skintific* yang belum tersertifikasi halal ditinjau dari komisi fatwa DSN Nomor 26 tahun 2013?

### C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penulisan Skripsi ini yaitu sebagai berikut:

1. untuk mengetahui ketentuan standar kehalalan produk kosmetik menurut Komisi Fatwa MUI Nomor 26 Tahun 2013;
2. untuk mengetahui konsep kehalalan produk kosmetik dalam perspektif Hukum Ekonomi Syariah;
3. untuk mengetahui standar kehalalan produk kosmetik; dan
4. untuk mengetahui keabsahan jual beli produk kosmetik *waterproof* pada produk *Cushion Skintific* yang belum tersertifikasi halal ditinjau dari komisi fatwa DSN Nomor 26 tahun 2013.

### D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi Masyarakat
 

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada masyarakat, khususnya konsumen Muslim, tentang pentingnya memastikan kehalalan dan kejelasan hukum produk kosmetik sebelum melakukan transaksi jual beli. Masyarakat akan lebih sadar bahwa produk kosmetik, seperti *Cushion Skintific* yang bersifat *waterproof*, tidak hanya dinilai dari manfaat estetika, tetapi juga harus memenuhi syarat sah objek jual beli dalam Islam agar tidak menimbulkan keraguan dalam aspek ibadah maupun transaksi.
2. Manfaat bagi dunia akademik dan pengembangan keilmuan
 

Penelitian ini memberikan kontribusi ilmiah dalam pengembangan studi hukum ekonomi syariah, khususnya dalam analisis keabsahan akad jual beli

produk non-pangan. Hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi akademisi, mahasiswa, dan peneliti lain yang tertarik mengkaji hubungan antara status halal suatu produk dengan validitas akad jual belinya dalam perspektif syariah, serta menjadi landasan awal dalam merumuskan kebijakan halal di sektor kosmetik.

### 3. Manfaat bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan kesempatan bagi peneliti untuk memperdalam pengetahuan dan keterampilan dalam menganalisis permasalahan muamalah kontemporer, khususnya terkait sah atau tidaknya akad jual beli produk yang belum memiliki kejelasan status halal. Proses ini juga memperkuat wawasan peneliti dalam menerapkan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah secara praktis terhadap kasus nyata yang berkembang di tengah masyarakat.

## E. Penelitian Terdahulu

Dalam penyusunan penelitian ini penulis menelaah sejumlah penelitian sebelumnya yang dianggap relevan dengan fokus kajian yang sedang dilakukan. Penelitian terdahulu tersebut dijadikan sebagai rujukan bukan karena kesamaan judul penelitian melainkan berdasarkan kesesuaian substansi permasalahan yang dikaji. Penulis menitikberatkan pada kesamaan objek serta karakteristik bahan yang diteliti sehingga keterkaitannya dapat memberikan kontribusi konseptual bagi penelitian ini. Berikut adalah uraian studi terdahulu yang penulis uraikan dalam bentuk uraian dan tabel.

Pertama, skripsi yang berjudul “*Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Kosmetik Waterproof (Studi di Siger Beauty Bandar Lampung)*”. Penelitian ini menjelaskan bagaimana praktik jual beli kosmetik *waterproof* dilakukan di salah satu toko kecantikan dan bagaimana hukum Islam memandang transaksi tersebut. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa sebagian produk belum memiliki kejelasan status halal dan dapat menimbulkan unsur ketidakpastian (*gharar*) dalam transaksi. Penelitian ini relevan karena membahas topik jual beli kosmetik *waterproof*, namun

belum fokus pada satu produk tertentu atau menganalisis Komisi fatwa MUI secara langsung.<sup>19</sup>

Kedua, skripsi karya Windi Wulandari Rahayu berjudul “*Penggunaan Produk Waterproof Cosmetics Bagi Wanita dalam Perspektif Medis dan Hukum Islam (Studi Kasus Mahasiswi Hukum Keluarga angkatan 2017 UIN Raden Intan Lampung)*”. Penelitian ini mengkaji penggunaan kosmetik tahan air dari sisi medis dan pandangan hukum Islam, khususnya dampaknya terhadap keabsahan wudhu. Penelitian ini menemukan bahwa banyak mahasiswi yang belum memahami secara mendalam efek kosmetik *waterproof* terhadap kesucian dan ibadah. Penelitian ini penting sebagai gambaran fenomena sosial, meskipun tidak secara spesifik menelaah produk tertentu atau mengkaji aspek jual beli.<sup>20</sup>

Ketiga, penelitian dari Maharani Nurul Ilmi dkk. berjudul “*The Challenges Faced by Muslim Female Students in Maintaining Appearance and Validity of Wudhu: A Study on the Use of Waterproof Makeup*”. Penelitian ini berbasis survei dan menjelaskan dilema perempuan Muslim dalam menjaga penampilan sambil mempertahankan kesempurnaan ibadah wudhu. Meskipun tidak berbasis pada fatwa maupun tinjauan fikih mendalam, penelitian ini menggarisbawahi pentingnya edukasi dan kesadaran konsumen terhadap dampak kosmetik tahan air. Fokus utama lebih pada pengalaman subjektif pengguna, bukan pada produk atau fatwa tertentu.<sup>21</sup>

Keempat, skripsi karya Nurul Misbah yang berjudul “*Sistem Jaminan Halal dalam Qanun Aceh No.8 Tahun 2016 tentang Sistem Jaminan Produk Halal (Studi terhadap Penggunaan Kosmetik Waterproof di Banda Aceh)*”. Penelitian ini mengkaji regulasi daerah terkait sistem jaminan halal serta penerapannya terhadap penggunaan kosmetik *waterproof* di kalangan masyarakat Banda Aceh. Penelitian ini menyoroti kesadaran masyarakat terhadap pentingnya sertifikasi halal dan

---

<sup>19</sup> Tri Hastuti, “Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Kosmetik Waterproof (Studi Di Siger Beauty Bandar Lampung)” (UIN Raden Intan Lampung, 2020).

<sup>20</sup> Windi Wulandari Rahayu, “Penggunaan Produk Waterproof Cosmetics Bagi Wanita Dalam Perspektif Medis Dan Hukum Islam” (Universitas Islam Negeri Raden Intan, 2024).

<sup>21</sup> Maharani Nurul Ilmi, “The Challenges Faced by Muslim Female Students in Maintaining Appearance and Validity of Wudhu: A Study on the Use of Waterproof Makeup,” *EL-HIKMAH: Jurnal Kajian Dan Penelitian Pendidikan Islam* 18.2 (2024), Hal. 123–43.

bagaimana regulasi lokal mengakomodasi fenomena produk kosmetik modern. Fokusnya berada pada peraturan daerah (*qanun*), bukan pada fatwa nasional atau satu produk spesifik.<sup>22</sup>

Kelima, jurnal karya Hasyim Jawahir yang berjudul “*Kehalalan Kosmetik Water Proof terhadap Sahnya Wudhu; Analisis Fatwa MUI Nomor 26 Tahun 2013 tentang Standar Kehalalan Produk Kosmetik*”. Penelitian ini mengkaji kehalalan kosmetik *waterproof* serta implikasinya terhadap sah atau tidaknya wudhu dalam perspektif *fiqh* dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif melalui wawancara dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kandungan kosmetik *waterproof* seperti silikon, *wax*, dan polimer dapat membentuk lapisan yang menghalangi air sehingga berpotensi menyebabkan wudhu tidak sah, serta ditemukan adanya pemahaman masyarakat yang masih keliru terkait hal tersebut. Fokus penelitian ini berada pada aspek keabsahan ibadah (wudhu) dan efektivitas fatwa MUI dalam praktik masyarakat, bukan pada analisis produk kosmetik tertentu atau aspek akad dalam hukum ekonomi syariah.<sup>23</sup>

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Tri Hastuti	Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Kosmetik <i>Waterproof</i> (Studi di Siger Beauty Bandar Lampung)	Penelitian terdahulu dan penulis sama-sama mengkaji persoalan hukum Islam terhadap praktik jual beli produk kosmetik <i>waterproof</i> yang berpotensi menjadi	Penelitian ini membahas praktik jual beli kosmetik <i>waterproof</i> di toko Siger Beauty secara umum tanpa fokus pada produk tertentu atau analisis fatwa. Sementara penelitian penulis menelaah

<sup>22</sup> Nurul Misbah, “Sistem Jaminan Halal Dalam Qanun Aceh No. 8 Tahun 2016 Tentang Sistem Jaminan Produk Halal (Studi Terhadap Penggunaan Kosmetik Waterproof Di Banda Aceh)” (UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2019).

<sup>23</sup> Hasyim Jawahir, “Kehalalan Kosmetik Water Proof Terhadap Sahnya Wudlu; Analisis Fatwa MUI Nomor 26 Tahun 2013 Tentang Standart Kehalalan Produk Kosmetik,” *Jurnal Kajian Islam Al Kamal* 4, no. 1 (2024): 8–18.

			penghalang air wudhu.	secara spesifik produk <i>Cushion Skintific</i> berdasarkan Komisi fatwa MUI No. 26 Tahun 2013, serta mengkaji dampaknya terhadap sahnya wudhu dan keabsahan akad jual beli menurut hukum Islam.
2.	Windi Wulandari Rahayu	Penggunaan Produk <i>Waterproof Cosmetics</i> Bagi Wanita dalam Perspektif Medis dan Hukum Islam (Studi Kasus Mahasiswi Hukum Keluarga Angkatan 2017 UIN Raden Intan Lampung)	Sama-sama menyoroti pengaruh kosmetik <i>waterproof</i> terhadap keabsahan wudhu dan penggunaannya dari sisi syariat Islam.	Penelitian Windi menggunakan pendekatan medis dan sosial, tanpa membahas aspek fatwa dan akad jual beli. Penelitian ini mengkaji secara normatif fatwa dan hukum Islam serta dampaknya terhadap transaksi ekonomi.
3.	Maharani Nurul Ilmi, Ridha Ariandini Rahmani, Teni Dwi Yanti, dan Achmad Faqihuddin.	<i>The Challenges Faced by Muslim Female Students in Maintaining Appearance and Validity of Wudhu: A Study on the Use of Waterproof Makeup</i>	Penelitian ini memiliki persamaan pada pembahasan dilema penggunaan kosmetik tahan air dalam kehidupan Muslimah sehari-hari, terutama dalam konteks ibadah.	Penelitian ini berbasis survei dan tidak membahas ketentuan fatwa atau produk kosmetik tertentu. Penelitian ini fokus pada analisis Komisi Fatwa MUI dan studi terhadap satu produk spesifik, yaitu <i>Cushion Skintific</i> .

4.	Nurul Misbah	Sistem Jaminan Halal dalam Qanun Aceh No.8 Tahun 2016 (Studi terhadap Penggunaan Kosmetik <i>Waterproof</i> di Banda Aceh)	Persamaan pada penelitian terdahulu ini adalah mengenai pentingnya jaminan halal dalam produk kosmetik <i>waterproof</i> .	Fokus pada qanun Aceh dan kebijakan lokal, bukan pada fatwa nasional atau satu merek tertentu, serta tidak membahas akad jual beli produk spesifik seperti <i>Cushion Skintific</i> .
5.	Hasyim Jawahir	Kehalalan Kosmetik <i>Water Proof</i> terhadap Sahnya Wudhu; Analisis Fatwa MUI Nomor 26 Tahun 2013 tentang Standar Kehalalan Produk Kosmetik	Penelitian terdahulu dan penulis sama-sama mengkaji kehalalan kosmetik <i>waterproof</i> serta kaitannya dengan Fatwa MUI Nomor 26 Tahun 2013 dan implikasinya terhadap sahnya wudhu.	Penelitian ini berfokus pada aspek keabsahan wudhu dan pemahaman masyarakat terhadap penggunaan kosmetik <i>waterproof</i> secara umum melalui pendekatan empiris, tanpa menelaah produk tertentu maupun aspek akad jual beli. Sementara penelitian penulis mengkaji secara spesifik produk <i>Cushion Skintific</i> serta menganalisis keabsahan jual beli dalam perspektif hukum ekonomi syariah.

Dari keseluruhan penelitian terdahulu yang telah dikaji, belum ada penelitian yang secara khusus membahas praktik jual beli produk kosmetik *waterproof* tertentu seperti *Cushion Skintific* dalam perspektif hukum Islam dengan merujuk langsung pada Komisi Fatwa MUI Nomor 26 Tahun 2013 tentang Standar Kehalalan Produk Kosmetik dan Penggunaannya. Penelitian-penelitian sebelumnya

lebih fokus pada penggunaan kosmetik secara umum, persepsi konsumen, atau kebijakan lokal terkait produk halal, tanpa mengkaji secara normatif kejelasan objek akad jual beli dalam produk kosmetik *waterproof*. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi pembeda karena menitikberatkan pada analisis yuridis terhadap kejelasan hukum objek jual beli yang belum tersertifikasi halal dan berpotensi mengandung unsur gharar, sehingga menimbulkan keraguan dalam keabsahan akad menurut hukum ekonomi syariah.

## F. Kerangka Berpikir

Teori personalitas merupakan cabang dari psikologi yang mempelajari struktur dan dinamika sifat-sifat individu yang memengaruhi pola pikir, perasaan, serta perilaku seseorang secara konsisten dalam berbagai situasi. Teori ini berfokus pada bagaimana karakteristik internal seseorang seperti nilai, keyakinan, dan sikap dalam mempengaruhi tindakan yang diambilnya dalam kehidupan sehari-hari.<sup>24</sup> Dalam konteks sosial religius, personalitas tidak hanya dibentuk oleh pengalaman individu, tetapi juga oleh norma budaya dan ajaran agama yang dianut. Individu Muslim yang memiliki personalitas religius cenderung menjadikan prinsip-prinsip syariah sebagai tolak ukur dalam seluruh aspek kehidupannya, termasuk dalam memilih produk yang akan dikonsumsi.<sup>25</sup> Personalitas seperti ini menjadikan kehalalan dan keberkahan sebagai prioritas utama dalam setiap keputusan ekonomi yang diambil.

Teori personalitas dalam praktiknya berperan penting dalam menjelaskan pola konsumsi masyarakat Muslim yang tidak semata-mata didasarkan pada aspek ekonomi seperti harga dan kualitas, tetapi juga pada nilai spiritual yang terkandung dalam suatu produk. Hal ini tercermin dalam meningkatnya preferensi terhadap produk halal dan gaya hidup yang selaras dengan nilai-nilai Islam. Ketika kepribadian seseorang terbentuk dalam kerangka keimanan, maka setiap tindakan

---

<sup>24</sup> Hesti Setyodyah; Andia Kusuma Damayanti Lestari, *Psikologi Kepribadian (Jilid 1)* (Pekalongan: PT Nasya Expanding Management, 2024), Hal. 4.

<sup>25</sup> Nurma Maha Rani, "Analisis Konsep Permintaan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Nilai Spiritual Dalam Mempengaruhi Permintaan Konsumen," *Epsilon: Journal of Management (EJoM)* 3, no. 1 (2025), Hal. 74.

termasuk dalam urusan jual beli, akan selalu mempertimbangkan aspek halal dan haram. Dengan demikian, teori personalitas dapat menjadi landasan awal dalam memahami mengapa kejelasan status kehalalan suatu produk menjadi faktor penting dalam sah atau tidaknya suatu akad jual beli dalam perspektif hukum ekonomi syariah.

Dalam studi hukum ekonomi syariah, akad merupakan salah satu fondasi utama yang mengatur hubungan muamalah antara sesama manusia. Akad adalah kesepakatan antara dua pihak atau lebih yang melahirkan konsekuensi hukum, seperti hak dan kewajiban. Dalam konteks muamalah, setiap transaksi ekonomi seperti jual beli, sewa-menyewa, atau pinjam-meminjam harus berlandaskan akad yang sah menurut syariat Islam.<sup>26</sup> Oleh karena itu, pemahaman terhadap struktur dan keabsahan akad menjadi hal yang penting dalam menilai kesesuaian suatu praktik ekonomi dengan prinsip-prinsip syariah.

Akad dalam perspektif hukum Islam memiliki rukun dan syarat tertentu agar sah dan mengikat. Rukun akad meliputi subjek (pihak yang berakad), objek (barang/jasa yang diakadkan), dan *sighat* (ijab dan qabul). Salah satu syarat penting objek akad adalah kehalalan dan kesucian barang atau jasa yang diperjualbelikan.<sup>27</sup> Apabila objek akad mengandung unsur yang haram, najis, atau meragukan, maka akad tersebut berpotensi tidak sah. Dalam praktiknya, kejelasan dan kepastian hukum atas status barang menjadi faktor penting untuk memastikan bahwa transaksi tidak mengandung unsur *gharar* (ketidakpastian) yang dilarang dalam Islam.

Transaksi jual beli merupakan salah satu bentuk akad muamalah yang paling sering dilakukan dalam kehidupan sehari-hari.<sup>28</sup> Dalam hukum Islam, jual beli diperbolehkan selama memenuhi rukun dan syarat sah, sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 275:<sup>29</sup>

---

<sup>26</sup> Tuti Anggraini, *Buku Ajar Desain Akad Perbankan Syariah* (Medan: Merdeka Kreasi Group, 2022), Hal. 14.

<sup>27</sup> Wilopo Cahyo Figur Satrio, "Prinsip Timbulnya Perikatan Dalam Perjanjian Jual Beli Berbasis Syariah," *Notarius* 13, no. 1 (2020), Hal. 298.

<sup>28</sup> Dhean; Aang Asari Bimantara, "Akad Analisis Akad Istishna Perspektif Fikih Muamalah Dan Hukum Perdata," *Mabsya: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* 4.2 (2022), Hal. 144.

<sup>29</sup> Tim Penerjemah, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya* (Jakarta: Kemetrian Agama RI, 2019).

...ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya :“.... Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.”

Penggalan ayat tersebut menunjukkan bahwa Islam mengakui aktivitas ekonomi selama tidak mengandung unsur yang diharamkan, seperti riba, penipuan, atau ketidakjelasan (*gharar*). Maka dari itu, salah satu syarat penting dalam jual beli adalah kejelasan status hukum objek transaksi. Jika barang yang dijual tidak diketahui kehalalannya secara pasti, maka transaksi tersebut dapat menimbulkan unsur *gharar* yang dapat menggugurkan keabsahan akad menurut syariat.

Selain bersumber dari Al-Qur'an, ketentuan mengenai jual beli juga dijelaskan melalui fatwa-fatwa yang dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). Dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang *Murabahah*, dijelaskan bahwa jual beli dalam Islam harus memenuhi prinsip-prinsip syariah, seperti adanya kerelaan kedua belah pihak, kejelasan harga, dan objek transaksi yang halal serta diketahui secara pasti. Fatwa ini menekankan bahwa objek yang diperjualbelikan tidak boleh mengandung unsur *gharar* (ketidakjelasan), haram, atau najis.<sup>30</sup>

Rukun akad jual beli dalam Islam terdiri dari penjual, pembeli, objek jual beli, dan ijab qabul. Sementara itu, syarat sahnya jual beli meliputi kejelasan pihak yang berakad (*aqidain*), kejelasan harga, serta kehalalan dan kejelasan objek yang diperjualbelikan. Salah satu syarat penting dalam objek akad adalah bahwa barang tersebut harus halal, baik zatnya maupun cara memperolehnya.<sup>31</sup>

Objek dalam jual beli harus bebas dari unsur najis, haram, dan tidak boleh membahayakan. Dalam konteks hukum Islam, barang yang diperjualbelikan harus jelas zatnya, manfaatnya, serta status hukumnya. Kehalalan menjadi unsur penting dalam objek jual beli karena menyangkut kesucian dan keberkahan dari transaksi yang dilakukan.<sup>32</sup> Sebagaimana ditegaskan dalam Fatwa Nomor 26 Tahun 2013

<sup>30</sup> “Fatwa DSN-MUI Nomor 04 Tahun 2000 Tentang Murabahah” (Jakarta, 2000).

<sup>31</sup> Pujianti, “Analisis Akad Jual Beli VIP Account Dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus CV Swadaya Media Group),” Hal. 34.

<sup>32</sup> Septiana Winda, “Akad Jual Beli Produk Kosmetik Tanpa Aturan Pemakaian Menurut Hukum Islam Dan Hukum Positif” (UIN Raden Intan Lampung, 2021), Hal. 16.

tentang Standar Kehalalan Produk Kosmetik, produk yang digunakan atau dikonsumsi harus suci, tidak membahayakan, dan tidak menghalangi ibadah seperti wudhu.

Kaitan antara objek halal dan keabsahan jual beli sangat relevan dalam konteks penelitian ini, yaitu terkait praktik jual beli produk kosmetik *waterproof*, khususnya *Cushion Skintific*. Produk ini diklaim memiliki ketahanan terhadap air, yang menjadi pertimbangan penting dalam pelaksanaan wudhu. Namun, belum adanya sertifikasi halal menimbulkan keraguan terhadap kehalalan zat dan penggunaannya. Jika kehalalan objek belum dapat dipastikan, maka akad jual beli produk ini dapat mengandung unsur *gharar* dan mempengaruhi keabsahan akad menurut hukum Islam.<sup>33</sup>

Penelitian ini bertujuan untuk menelaah keabsahan akad jual beli terhadap produk kosmetik *waterproof* yang belum memiliki kejelasan status halal, dengan mengacu pada prinsip-prinsip dalam hukum ekonomi syariah. Hal ini penting untuk menjawab kekhawatiran masyarakat Muslim dalam menjaga kesucian ibadah serta keabsahan aktivitas ekonomi mereka. Dengan menganalisis teori personalitas yang menjadi dasar perilaku konsumtif, serta teori akad dan hukum jual beli dalam Islam, penelitian ini membangun kerangka berpikir yang holistik dalam melihat fenomena hukum dan sosial yang berkembang di masyarakat.

Penelitian ini tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga solutif, karena bertujuan memberikan pedoman kepada konsumen, pelaku usaha, dan regulator terkait pentingnya kejelasan halal dalam transaksi. Di tengah meningkatnya kesadaran umat terhadap produk halal dan gaya hidup Islami, kejelasan hukum atas transaksi jual beli kosmetik *waterproof* menjadi sangat penting agar tidak menimbulkan keraguan dalam menjalankan aktivitas ibadah maupun muamalah sehari-hari.

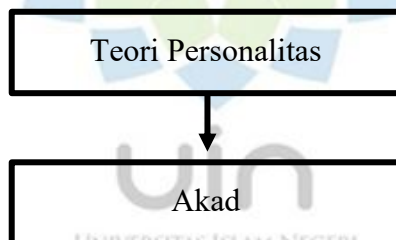
Dengan demikian, kerangka berpikir dalam penelitian ini dibangun dari pemahaman bahwa sah tidaknya suatu akad jual beli tidak dapat dipisahkan dari kejelasan dan kehalalan objek transaksi. Produk kosmetik *waterproof* seperti

---

<sup>33</sup> Akram Ista, "Riba, Gharar, Dan Maysir dalam Sistem Ekonomi," *Jurnal Tana Mana* 4, no. 3 (2024), Hal. 321.

*Cushion Skintific* menjadi contoh aktual atas fenomena produk yang belum tersertifikasi halal, namun tetap beredar luas dan diminati konsumen Muslim. Penelitian ini mencoba menelaah dari sudut hukum ekonomi syariah, apakah akad jual beli produk semacam ini sah dan sesuai dengan prinsip syariat, jika status kehalalannya belum jelas dan penggunaannya berpotensi menghalangi air wudhu.

Kerangka ini sekaligus menjadi alat analisis untuk memahami korelasi antara ketentuan fikih mengenai akad, fatwa kehalalan kosmetik, serta regulasi positif terkait jaminan produk halal. Dengan pendekatan tersebut, penelitian ini tidak hanya bertujuan menjawab pertanyaan normatif mengenai hukum jual beli produk yang belum tersertifikasi halal, tetapi juga memberikan kontribusi praktis dalam membangun kesadaran konsumen dan mendorong pelaku industri kosmetik untuk mematuhi ketentuan syariat dalam setiap proses produksinya. Berangkat dari teori di atas penulis memfokuskan penelitian pada kerangka berpikir sebagai berikut:



Gambar 1. 1 Kerangka Berpikir