

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia sebagai negara hukum memberikan jaminan perlindungan terhadap konsumen melalui berbagai peraturan perundang-undangan, salah satunya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Undang-Undang tersebut mengatur bahwa setiap produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Ketentuan tersebut bertujuan memberikan kepastian hukum mengenai kehalalan suatu produk sekaligus memberikan perlindungan kepada konsumen, khususnya konsumen Muslim, dalam menggunakan produk yang sesuai dengan syariat Islam.¹

Kewajiban sertifikasi halal tidak hanya berlaku terhadap produk makanan dan minuman, tetapi juga mencakup produk kosmetik dan skincare sebagai barang yang digunakan secara langsung pada tubuh manusia. Oleh karena itu, setiap produk skincare yang diperdagangkan di Indonesia pada prinsipnya harus memenuhi ketentuan mengenai Jaminan Produk Halal sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 beserta peraturan pelaksanaannya.²

Dalam praktik perdagangan elektronik, *marketplace* Shopee menjadi salah satu sarana yang memperdagangkan berbagai produk *skincare* impor. Kemudahan transaksi melalui *marketplace* menyebabkan

¹ Eny Widhia Agustin et al., "Study Pustaka Pemilihan Skincare Berdasarkan Komposisi Sesuai Dengan Permasalahan Kulit Wajah," *An-Najat : Jurnal Ilmu Farmasi dan Kesehatan* 2 (2024): h.2

² Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia, "UU Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal" (2014).

produk dari luar negeri dapat dipasarkan secara luas kepada konsumen Indonesia. Namun demikian, masih ditemukan produk *skincare* impor yang diperdagangkan tanpa mencantumkan label halal, salah satunya produk *skincare* Korea SKIN1004.³

Aspek kehalalan menjadi faktor yang sangat krusial, karena konsumen Muslim tidak hanya menuntut kualitas produk, tetapi juga keamanan produk untuk memastikan bahwa produk yang digunakan terbebas dari bahan haram serta diproduksi melalui proses yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Peningkatan kesadaran tersebut turut mendorong pertumbuhan pasar produk kosmetik halal secara signifikan, baik dari sisi permintaan konsumen maupun perkembangan regulasi yang mengaturnya.⁴

Globalisasi dan kemajuan teknologi informasi turut mempercepat arus distribusi produk *skincare* lintas negara. Produk *skincare* impor dengan mudah masuk ke pasar Indonesia dan dapat diakses oleh konsumen melalui berbagai saluran distribusi modern. Salah satu faktor utama yang mempercepat peredaran produk *skincare* adalah perkembangan perdagangan elektronik (*e-commerce*). *Marketplace* sebagai sarana transaksi daring telah mengubah pola jual beli konvensional menjadi transaksi digital yang lebih praktis, cepat, dan menjangkau konsumen secara luas.⁵ Sistem jual beli daring juga menimbulkan tantangan baru, terutama terkait transparansi informasi produk, pengawasan distribusi, serta kepastian hukum terhadap barang yang diperjualbelikan.

SKIN1004 menjadi salah satu brand *skincare* Korea yang kini populer dan banyak diminati masyarakat Indonesia khususnya kalangan

³ Widya Kartika Rakhmawati, "Potensi Integrasi Living Hadis Dalam Produk Skincare Halal : Fondasi Etika, Spiritual, Dan Keberlanjutan," *ISTIKHLAF: Jurnal Ekonomi, Perbankan dan Manajemen Syariah* 7, no. 2 (2025): h.23, <https://doi.org/10.3390/logistics8010021.8>.

⁴ Karina Zati Aqmarin, "Upaya Nation Branding Korea Selatan Di Indonesia Melalui Produk Kecantikan K-Beauty Tahun 2019-2022" (2024) h.17

⁵ Zumhur Alamin et al., "Perkembangan E-commerce : Analisis Dominasi Shopee sebagai Primadona Marketplace di Indonesia," *Jurnal Ekonomi Syariah* 6 (2023): h.6.

Muslim. SKIN1004 dikenal sebagai brand *skincare* Korea yang mengusung konsep *clean beauty* dan menggunakan bahan utama berupa Centella Asiatica dari Madagaskar. Produk-produk SKIN1004, seperti Madagascar Centella Ampoule dan Toning Toner, banyak dipromosikan dengan klaim *non-toxic*, *vegan-friendly*, dan bebas dari bahan kimia berbahaya. Keunggulan ini membuat SKIN1004 mendapatkan tempat tersendiri di hati konsumen Muslim Indonesia yang mengutamakan aspek kesehatan dan kealamian produk.



Gambar 1.1 Kemasan Belakang Produk SKIN1004

Berdasarkan penelusuran di situs Halal MUI (LPPOM MUI) dan Sistem Informasi Produk Halal BPJPH Kementerian Agama, hingga saat ini SKIN1004 belum tercatat sebagai produk yang memiliki sertifikasi halal di Indonesia. Hal ini menimbulkan keraguan dari sisi kepastian hukum syariah dalam praktik jual beli produk tersebut, mengingat Indonesia merupakan negara dengan mayoritas Muslim dan memiliki regulasi yang mengatur jaminan produk halal, yakni Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH).

The screenshot shows a web browser window with the URL `bpjph.halal.go.id/search/sertifikat?nama_produk=SKIN1004&page=1`. The page header is purple with the BPJPH logo and navigation links: Profil, Layanan, Informasi Publik, Pengumuman, Regulasi, and IDN. Below the header, there are two tabs: 'Cek Produk Halal' (active) and 'Cek Registrasi Sertifikat Halal Luar Negeri'. The search form contains three input fields: 'SKIN1004' in the first, 'Nama Pelaku Usaha' in the second, and 'Nomor Sertifikat' in the third. A purple 'Cari' button is to the right. Below the form, the text 'Tidak ada hasil yang cocok.' is displayed. The footer is purple and contains the BPJPH logo, contact information (Jl. Raya Pd. Gede No.13, RW.1, Pinang Ranti, Kec. Makasar, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13560), social media icons, and a copyright notice: '© Copyright 2022 Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal'.

Gambar 1.2 Tangkapan Layar Pencarian Sertifikasi Halal Produk SKIN1004

UU JPH menyebutkan bahwa setiap produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal. Sertifikat halal diperlukan produk *skincare* import untuk dapat menggunakan label halal, karena pelabelan halal sangat penting selain sebagai informasi jelas juga untuk melindungi konsumen. Dengan pelabelan menggunakan label halal, maka konsumen seharusnya akan paham dengan informasi yang dicantumkan pada produk dan/ barang yang akan dibeli, sehingga dengan adanya pelabelan produk dengan menggunakan label halal ini dapat memastikan produk tersebut telah melalui proses verifikasi kehalalan dan terbebas dari bahan-bahan yang tidak halal. Hal ini penting bagi konsumen Muslim untuk memastikan produk yang mereka gunakan sesuai dengan prinsip kehalalan syariah.

Dalam Islam, konsep halal tidak hanya terbatas pada makanan dan minuman, tetapi juga mencakup barang konsumtif lain seperti kosmetik dan *skincare*. Kehalalan produk dalam Islam ditentukan oleh bahan yang digunakan, proses produksi, hingga distribusi dan pemasaran produk

tersebut.⁶ Majelis Ulama Indonesia (MUI), sebagai lembaga otoritatif dalam penetapan fatwa di Indonesia, telah mengeluarkan beberapa fatwa penting terkait produk non-pangan, salah satunya Fatwa MUI No. 26 Tahun 2013 tentang Pedoman Penetapan Kehalalan Produk Kosmetika, Obat-obatan, dan Barang Gunaan. Fatwa ini secara eksplisit menyatakan bahwa kosmetik dan *skincare* wajib menggunakan bahan yang suci dan tidak najis, tidak membahayakan kesehatan, dan tidak digunakan untuk hal yang diharamkan.

Selain itu, Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI), terutama Fatwa DSN No. 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang Jual Beli, juga menekankan pentingnya kejelasan dan kehalalan objek transaksi dalam jual beli. Dalam perspektif hukum ekonomi syariah, barang yang diperjualbelikan harus memenuhi syarat kehalalan secara zat, proses produksi, maupun distribusinya. Dengan demikian, menjual dan membeli produk yang belum jelas kehalalannya dapat berpotensi menimbulkan unsur gharar (ketidakjelasan), yang dilarang dalam Islam.⁷

Mengenai transaksi jual beli, maka harus mengetahui hukum-hukum jual beli, apakah jual beli yang dilakukan sudah sesuai dengan syariat atau belum. Oleh karena itu seseorang yang terjun dalam usaha bisnis harus benar-benar mengetahui yang dapat mengakibatkan jual beli itu sah atau tidak.⁸ Islam mengajarkan bahwa hubungan manusia dalam masyarakat harus dilakukan atas dasar pertimbangan yang mendatangkan manfaat atau bukan mendatangkan mudharat.

Dalam perkembangan ekonomi yang pesat di bidang perindustrian dan perdagangan, telah memberikan pengaruh yang sangat signifikan

⁶ Ewit dan Nurfa, "Pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Minat Beli Konsumen dalam Memilih Produk Kosmetik," *Aksioreligia: Jurnal Studi Keislaman* 2, no. 1 (2024): 13–27, <https://doi.org/10.59996/aksioreligia.v2i1.398>.

⁷ Sudarmi dkk., "Kepatuhan Terhadap Prinsip Halal Dalam Industri Kosmetik : Implikasi Terhadap Preferensi Konsumen Muslim," *PESHUM : Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora* 4, no. 2 (2025): 2300–2306.

⁸ Rahmad Julianto, "Jual Beli Barang Kosmetik Selundupan / Illegal Perspektif Hukum Islam (Studi Pada Toko Whitening Sarahah Kelurahan Tanjung Aman Kecamatan Kotabumi Selatan)" (2022).

terhadap setiap bidang kehidupan, salah satunya dalam bidang produksi *skincare* dan perawatan kecantikan lainnya sebagai objek jual beli. Jual beli dalam Islam adalah akad pertukaran barang atau jasa atas dasar suka sama suka dengan syarat-syarat tertentu. Salah satu syarat utama dalam jual beli adalah objek transaksi harus *thayyib* dan halal, sebagaimana firman Allah dalam QS. Al-Baqarah ayat 168.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya : “Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata.”

Dalam hukum ekonomi syariah, keabsahan akad jual beli tidak hanya ditentukan oleh terpenuhinya rukun dan syarat akad, tetapi juga oleh kejelasan objek yang diperjualbelikan. Objek akad harus merupakan barang yang halal, bermanfaat, serta tidak mengandung unsur yang dilarang syariat. Kaidah fikih *al-aşlu fil mu'āmalāti al-ibāḥah illā an yadulla dalīlun 'alā tahrīmihā* menyatakan bahwa pada dasarnya seluruh bentuk muamalah diperbolehkan selama tidak terdapat dalil yang mengharamkannya. Namun demikian, kebolehan tersebut tetap harus memenuhi ketentuan syariah, termasuk mengenai kejelasan status kehalalan objek transaksi sehingga tidak menimbulkan unsur syubhat maupun gharar.

Sejalan dengan perkembangan tersebut, keberadaan produk *skincare* yang beredar di pasaran tidak seluruhnya disertai dengan kejelasan status kehalalan. Salah satu contohnya adalah produk *skincare* SKIN1004 yang hingga saat ini belum memiliki kepastian terkait sertifikasi halal. Kondisi ini menimbulkan pertanyaan mengenai kesesuaian praktik jual beli produk tersebut dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang komprehensif untuk menelaah bagaimana praktik jual beli *skincare* SKIN1004 ditinjau dari perspektif hukum ekonomi syariah.

Alasan pemilihan produk SKIN1004 sebagai objek studi adalah karena brand ini menjadi salah satu ikon produk Korea yang laris di pasar Muslim Indonesia, namun belum tersertifikasi halal secara resmi, yang membuatnya menjadi contoh konkret untuk menganalisis ketentuan hukum ekonomi syariah dalam praktik jual beli produk kosmetik impor, pendekatan hukum ekonomi syariah dapat membantu mengkaji secara mendalam status hukum jual beli produk-produk kosmetik impor yang belum bersertifikat halal. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam memberikan pemahaman yang lebih dalam terkait pentingnya aspek kehalalan dalam transaksi ekonomi masyarakat Muslim modern, khususnya di era globalisasi dan tren *skincare* saat ini.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Dalam Keabsahan Jual Beli Produk *Skincare* Korea Skin1004 Tanpa Label Halal Di *Marketplace* Shopee”** yang menjadi perhatian penting di tengah meningkatnya kesadaran konsumen Muslim terhadap kewajiban menjaga kehalalan dalam setiap aspek kehidupannya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah di atas yang diidentifikasi sebagai dasar dalam penelitian, dan dilanjutkan melalui rumusan masalah penelitian. Sebagaimana rumusan masalah yang menjadi bahan kajian penelitian ini dirumuskan dalam bentuk pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana status kehalalan produk *Skincare* SKIN1004 yang tidak memiliki label halal ditinjau dari UU JPH?
2. Bagaimana mekanisme transaksi jual beli produk *skincare* SKIN1004 di *marketplace* Shopee?
3. Bagaimana Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Jual Beli *Skincare* Import Tanpa Label Halal Pada Produk *Skincare* SKIN1004 yang diperdagangkan di *marketplace* Shopee?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian dapat disusun sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis status kehalalan produk *skincare* SKIN1004 yang tidak memiliki label halal di tinjau dari UU JPH.
2. Untuk mengetahui mekanisme transaksi jual beli produk *Skincare* SKIN1004 di *marketplace* Shopee.
3. Untuk menganalisis tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap jual beli *Skincare* Import tanpa label halal pada produk *Skincare* SKIN1004 yang diperdagangkan di *marketplace* Shopee.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi secara teoritis maupun praktis. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang hukum ekonomi syariah, khususnya dalam kajian fikih muamalah kontemporer yang berkaitan dengan praktik jual beli produk non-pangan seperti *skincare*. Dengan mengkaji aspek hukum dari produk impor seperti SKIN1004 yang belum memiliki sertifikasi halal, penelitian ini juga dapat memperkaya literatur ilmiah mengenai pentingnya kejelasan status halal dalam transaksi barang konsumtif menurut perspektif Islam. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi akademik yang relevan bagi mahasiswa, akademisi, dan peneliti lain yang ingin mendalami topik serupa.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini memberikan pemahaman kepada konsumen Muslim, khususnya perempuan, mengenai pentingnya

memperhatikan aspek kehalalan dalam memilih produk *skincare* yang digunakan sehari-hari. Melalui analisis hukum ekonomi syariah, diharapkan konsumen menjadi lebih kritis dan selektif dalam membeli produk kecantikan, terutama yang belum memiliki sertifikat halal dari lembaga resmi. Bagi pelaku usaha Muslim, penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi dan dorongan untuk lebih berhati-hati dalam memperdagangkan produk impor, serta memprioritaskan produk yang telah tersertifikasi halal guna menghindari praktik jual beli yang *syubhat* atau tidak sah menurut syariah. Di sisi lain, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi masukan bagi lembaga sertifikasi halal dan pemerintah dalam meningkatkan pengawasan terhadap peredaran produk impor yang belum tersertifikasi, sekaligus sebagai landasan dalam menyusun kebijakan yang memperkuat perlindungan konsumen Muslim. Akhirnya, penelitian ini juga dapat menjadi pijakan awal bagi penelitian lanjutan yang mengkaji isu-isu serupa dalam konteks hukum Islam, industri halal, dan kesadaran konsumen terhadap produk-produk yang digunakan secara langsung di tubuh manusia.

E. Penelitian Terdahulu

Dalam rangka memperkuat dan memperjelas kajian dalam penelitian ini, penting untuk meninjau hasil-hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik jual beli produk *skincare* impor dalam perspektif hukum ekonomi syariah, khususnya terkait dengan kehalalan produk dan perilaku konsumen Muslim. Penelitian-penelitian tersebut tidak hanya membahas aspek kehalalan kosmetik, tetapi juga mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi kesadaran konsumen Muslim dalam memilih produk halal, serta implikasi hukum dan etika jual beli menurut perspektif Islam.

Dengan menelaah penelitian terdahulu, diharapkan dapat diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai bagaimana regulasi halal, fatwa kehalalan, serta dinamika pasar kosmetik halal di Indonesia dan negara lain berperan dalam membentuk pola konsumsi produk *skincare*. Selain itu, tinjauan ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi celah-celah

penelitian yang belum banyak dibahas, terutama terkait produk *skincare* impor yang belum memiliki sertifikasi halal seperti merek SKIN1004, sehingga dapat menjadi dasar yang kuat dalam merumuskan fokus dan kontribusi penelitian ini.

Pertama,” Urgensi Pencantuman Label Halal Pada Makanan Impor Perspektif Masalah Mursalah (Studi Kasus di Marketplace Shopee)”, penelitian oleh Zahra Qurrata A’yun.⁹ Penelitian tersebut memiliki persamaan dengan penelitian penulis karena sama-sama membahas produk impor tanpa label halal yang diperjualbelikan melalui marketplace Shopee dan ditinjau dari perspektif Hukum Ekonomi Syariah. Adapun perbedaannya terletak pada objek dan fokus penelitian, dimana penelitian terdahulu membahas makanan impor dengan perspektif masalah mursalah, sedangkan penelitian penulis membahas *skincare* impor SKIN1004 tanpa label halal serta mekanisme jual belinya di Shopee.

Siti Nurlaela dengan judul penelitian “Jual Beli Kosmetik Impor Tanpa Label Halal Oleh Mahasiswi Uin Khas Jember Perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”. Penelitian ini membahas praktik jual beli kosmetik impor yang tidak memiliki label halal di kalangan mahasiswi UIN KHAS Jember, dengan pendekatan hukum berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Penelitian ini fokus pada hak konsumen, kewajiban pelaku usaha, serta perlindungan hukum bagi konsumen Muslim dalam konteks kosmetik impor tanpa sertifikasi halal.¹⁰

Nur Lailatul Istiqomah dengan judul penelitiannya yaitu “Perlindungan hukum terhadap konsumen produk *skincare* tanpa sertifikasi

⁹ Zahra Qurrata A’yun, “Urgensi Pencantuman Label Halal Pada Makanan Impor Perspektif Masalah Mursalah (Studi Kasus di Marketplace Shopee)” (UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2025).

¹⁰ Siti Nurlaela, “Jual Beli Kosmetik Impor Tanpa Label Halal Oleh Mahasiswi UIN Khas Jember Perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen” (UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2024).

halal (Studi Putusan Nomor.171/PID.SUS/2020/PN.PTK)".¹¹ Penelitian terdahulu tersebut memiliki keterkaitan dengan penelitian penulis karena sama-sama membahas peredaran produk skincare yang belum memiliki sertifikasi halal serta dikaitkan dengan perlindungan terhadap konsumen. Selain itu, kedua penelitian juga menyoroti pentingnya kepastian hukum terhadap produk yang beredar di masyarakat. Namun, penelitian tersebut lebih menitikberatkan pada aspek perlindungan hukum konsumen berdasarkan studi putusan pengadilan, sedangkan penelitian penulis lebih memfokuskan pada praktik transaksi jual beli skincare impor SKIN1004 melalui marketplace Shopee ditinjau dari perspektif Hukum Ekonomi Syariah.

Penelitian dengan judul "Tinjauan Kehalalan Produk Kosmetika dalam Konteks Masailul Fiqhiyah di Era Modern" Artikel jurnal oleh Elisatun Khasanah dkk ini lebih menitikberatkan pada aspek fikih kontemporer dan permasalahan fatwa kehalalan kosmetika modern secara konseptual.¹² Penelitian ini membantu memahami kerangka dasar kehalalan produk kosmetik dari sisi hukum Islam yang mendasari sertifikasi halal. Sementara itu, penelitian penulis fokus pada aplikasi konkret hukum ekonomi syariah dan regulasi di Indonesia, khususnya berkaitan dengan jual beli produk *skincare* import Korea SKIN1004 yang belum memiliki sertifikasi halal. Penelitian penulis dapat melengkapi kajian fikih tersebut dengan analisis hukum praktis dan regulasi modern seperti UU JPH, dengan perlunya integrasi ilmu fiqh dengan ilmu modern agar fatwa kehalalan dapat diterapkan dengan tepat di era globalisasi dan perdagangan internasional.

Penelitian yang dilakukan oleh Naela Maghfiroh (2025) berjudul "Konsep Branding Produk Kosmetik Halal di Media Sosial Perspektif

¹¹ Nur Lailatul Istiqomah, "Perlindungan hukum terhadap konsumen produk skincare tanpa sertifikasi halal (Studi Putusan Nomor.171/PID.SUS/2020/PN.PTK)," *The Republic: Journal of Constitutional Law* 03, no. 01 (2025): h.50.

¹² Elisatun Khasanah, Ali As'ad, dan Anwar Bahrin Mustajib, "Tinjauan Kehalalan Produk Kosmetika dalam Konteks Masailul Fiqhiyah di Era Modern," *Jurnal El-Thawalib* 6, no. 1 (2025): h.48.

Rogers Theory on Diffusion of Innovation” merupakan penelitian deskriptif kualitatif yang berfokus pada strategi branding kosmetik halal di media sosial dengan menggunakan Teori Difusi Inovasi Everett M. Rogers sebagai kerangka analisis.¹³ Penelitian ini menitikberatkan pada bagaimana inovasi berupa sertifikasi dan label halal pada produk kosmetik disosialisasikan, diterima, dan diadopsi oleh masyarakat melalui media sosial, khususnya melalui tahapan pengetahuan, persuasi, keputusan, implementasi, dan konfirmasi. Dengan demikian, objek kajian utama dalam penelitian tersebut adalah proses komunikasi dan pemasaran (branding) produk kosmetik halal, bukan pada aspek normatif keabsahan produk atau akad jual belinya.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa branding kosmetik halal di media sosial secara umum telah memenuhi indikator difusi inovasi dan berperan penting dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya sertifikasi halal. Penelitian ini memberikan kontribusi signifikan dalam ranah komunikasi pemasaran halal dan pengembangan industri kosmetik halal dari perspektif adopsi inovasi sosial. Namun demikian, penelitian tersebut tidak membahas secara mendalam status hukum kehalalan produk kosmetik tertentu, tidak menganalisis komposisi bahan produk, serta tidak menilai keabsahan akad jual beli dari sudut pandang hukum ekonomi syariah.

Berbeda dengan penelitian tersebut, penelitian yang dilakukan dalam skripsi ini bersifat normatif dan berfokus pada tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap keabsahan jual beli produk *skincare* Korea SKIN1004 tanpa label halal pada *marketplace* Shopee. Penelitian ini tidak mengkaji aspek branding atau strategi pemasaran, melainkan menelaah norma hukum Islam dan hukum positif Indonesia terkait kehalalan produk, kejelasan objek akad, serta implikasi hukum dari ketiadaan label halal dalam

¹³ Naela Maghfiroh, “Konsep Branding Produk Kosmetik Halal Di Media Sosial Perspektif Rogers Theory On Diffusion Of Innovation,” *At-Tawasul Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 4 (2025): 105–14.

transaksi jual beli daring. Analisis dalam penelitian ini bertumpu pada kajian fikih muamalah, prinsip kehalalan produk, ketentuan label halal, serta regulasi jaminan produk halal, dengan menggunakan data sekunder berupa peraturan perundang-undangan, fatwa DSN-MUI, literatur ilmiah, dan dokumentasi produk.

Penelitian yang dilakukan oleh Sukrianti dan Hadi Daeng Mapuna (2022) dalam *El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* memiliki sejumlah persamaan mendasar dengan penelitian ini.¹⁴ Persamaan tersebut terletak pada pendekatan penelitian yang sama-sama menggunakan penelitian kepustakaan (*library research*) dengan pendekatan normatif atau yuridis normatif, serta penggunaan data kualitatif yang bersumber dari literatur hukum Islam, kitab fikih muamalah, jurnal ilmiah, dan referensi tertulis lainnya. Selain itu, kedua penelitian sama-sama mengkaji praktik jual beli melalui *marketplace* Shopee dan menilai kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah, khususnya terkait akad, mekanisme transaksi, dan ketentuan syariah dalam jual beli online.

Persamaan lainnya juga terlihat pada kerangka konseptual yang digunakan, yaitu menjadikan fikih muamalah sebagai landasan utama dalam menilai keabsahan transaksi jual beli modern. Baik penelitian terdahulu maupun penelitian ini sama-sama berpijak pada prinsip bahwa pada dasarnya muamalah bersifat boleh sepanjang tidak mengandung unsur yang dilarang syariat, seperti riba, gharar, dan maisir. Dengan demikian, secara metodologis dan teoritis, penelitian Sukrianti dan Hadi Daeng Mapuna relevan dan menjadi pijakan penting bagi penelitian ini.

Perbedaan yang signifikan antara penelitian terdahulu tersebut dengan penelitian ini. Penelitian Sukrianti dan Hadi Daeng Mapuna berfokus pada sistem dan metode transaksi di *marketplace* Shopee secara

¹⁴ Sukrianti dan Hadi Daeng Mapuna, "Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Transaksi Jual Beli Pada Online Marketplace Shopee," *El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 4 (2022): 77–87.

umum, terutama pada mekanisme pembayaran seperti transfer bank, COD, ShopeePay, PayLater, dan cicilan kartu kredit, serta penilaian hukumnya berdasarkan akad salam dan larangan riba. Penelitian tersebut tidak mengkaji objek jual beli secara spesifik, apalagi menelaah status kehalalan produk tertentu yang diperjualbelikan di *marketplace*.

Penelitian ini secara khusus memfokuskan kajian pada jual beli produk *skincare* Korea SKIN1004 yang dipasarkan tanpa label halal, sehingga pusat analisisnya tidak hanya pada mekanisme transaksi, tetapi juga pada keabsahan objek akad dalam perspektif hukum ekonomi syariah. Penelitian ini menelaah komposisi bahan produk *skincare*, ketentuan kehalalan produk sebagai objek jual beli, serta urgensi pencantuman label halal dalam transaksi jual beli online. Dengan demikian, penelitian ini menempatkan isu kehalalan produk sebagai variabel normatif utama yang menentukan sah atau tidaknya jual beli, bukan sekadar aspek teknis transaksi.

Penelitian yang dilakukan oleh Karimatul Khasanah (2025) memiliki relevansi yang kuat dengan penelitian ini karena sama-sama mengkaji persoalan produk halal di *marketplace* digital serta menggunakan landasan hukum positif Indonesia, khususnya Undang-Undang Jaminan Produk Halal dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Penelitian tersebut menyoroti adanya kesenjangan antara norma hukum yang mewajibkan jaminan kehalalan produk dengan praktik di *marketplace*, di mana klaim halal masih banyak bergantung pada pernyataan sepihak pelaku usaha tanpa verifikasi sertifikasi resmi. Temuan ini memperlihatkan bahwa perlindungan konsumen Muslim di *marketplace* belum sepenuhnya optimal.¹⁵

¹⁵ Karimatul Khasanah dan Mohd Mahyeddin Mohd Salleh, "Ensuring Legal Protection for Halal Product Consumers in Indonesia's Marketplace: Shariah Compliance and Regulatory Gaps," *Hikmatuna Journal for Integrative Islamic Studies* 11, no. 1 (2025): h.45.

Penelitian Karimatul Khasanah lebih menitikberatkan pada perlindungan konsumen dan tanggung jawab negara serta *platform marketplace* dalam menjamin kepatuhan terhadap regulasi halal. Penelitian tersebut tidak secara khusus menganalisis keabsahan akad jual beli menurut hukum ekonomi syariah, serta tidak mengkaji objek jual beli berupa produk tertentu, khususnya produk non-pangan seperti *skincare* impor. Berbeda dengan penelitian tersebut, penelitian ini secara spesifik menelaah keabsahan jual beli produk *skincare* Korea SKIN1004 tanpa label halal di *marketplace* Shopee dengan menggunakan pendekatan hukum ekonomi syariah, sehingga fokus analisisnya terletak pada kejelasan kehalalan objek akad, potensi unsur *syubhat*, dan implikasi syariah terhadap sah atau tidaknya transaksi jual beli.

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Zahra Qurrata A'yun	Urgensi Pencantuman Label Halal Pada Makanan Impor Perspektif Masalah Mursalah (Studi Kasus di Marketplace Shopee)	Membahas produk impor tanpa label halal yang diperjualbelikan di marketplace Shopee serta ditinjau dari Hukum Ekonomi Syariah.	Penelitian terdahulu membahas makanan impor dengan perspektif masalah mursalah, sedangkan penelitian penulis membahas skincare impor SKIN1004 dan mekanisme jual belinya di Shopee.
2.	Siti Nurlaela	Jual Beli Kosmetik Impor Tanpa Label Halal Oleh Mahasiswi UIN Khas Jember Perspektif Undang-Undang	Mengangkat isu produk kosmetik impor tanpa label halal atau sertifikasi halal	Penelitian ini lebih fokus pada aspek perlindungan konsumen berdasarkan UU Nomor 8 Tahun 1999, Sedangkan penelitian penulis mengkaji masalah tersebut dari perspektif hukum ekonomi syariah

		Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen		
3.	Nur Lailatul Istiqomah	Perlindungan hukum terhadap konsumen produk skincare tanpa sertifikasi halal (Studi Putusan Nomor.171/P.ID.SUS/2020/PN.PTK)	Sama-sama membahas skincare tanpa sertifikasi/label halal serta dikaji dalam perspektif hukum dan perlindungan konsumen.	Penelitian ini fokus pada aspek psikologis konsumen dan pengaruh religiusitas sebagai variabel yang memperkuat keputusan pembelian produk halal secara kuantitatif.
4.	Elisatun Khasanah	Tinjauan Kehalalan Produk Kosmetika dalam Konteks Masailul Fiqhiyah di Era Modern.	Pentingnya sertifikasi halal yang jelas untuk menjaga kepercayaan konsumen Muslim.	Konsep kehalalan kosmetika dalam konteks fikih kontemporer lebih difokuskan pada penelitian ini, sementara penelitian penulis lebih kepada aspek hukum ekonomi syariah, fatwa DSN MUI serta hukum positif.
5.	Naela Maghfiroh	Konsep Branding Produk Kosmetik Halal di Media Sosial Perspektif Rogers Theory on Diffusion of Innovation	Objek kajian yang sama-sama berkaitan dengan produk kosmetik atau <i>skincare</i> halal serta peran label halal dalam konteks perdagangan modern. Kedua penelitian sama-sama menempatkan sertifikasi dan label halal	Objek kajian utama dalam penelitian tersebut adalah proses komunikasi dan pemasaran (branding) produk kosmetik halal, bukan pada aspek normatif keabsahan produk atau akad jual belinya.

			sebagai instrumen penting dalam membangun kepercayaan konsumen Muslim dan sebagai bentuk jaminan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah.	
6.	Sukrianti dan Hadi Daeng Mapuna	Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Transaksi Jual Beli Pada Online Marketplace Shopee	Penelitian sama-sama mengkaji praktik jual beli melalui <i>marketplace</i> Shopee dan menilai kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah, khususnya terkait akad, mekanisme transaksi, dan ketentuan syariah dalam jual beli online.	Penelitian Sukrianti dan Hadi Daeng Mapuna berfokus pada sistem dan metode transaksi di <i>marketplace</i> Shopee secara umum, terutama pada mekanisme pembayaran seperti transfer bank, COD, ShopeePay, PayLater, dan cicilan kartu kredit, serta penilaian hukumnya berdasarkan akad salam dan larangan riba. Penelitian tersebut tidak mengkaji objek jual beli secara spesifik, apalagi menelaah status kehalalan produk tertentu yang diperjualbelikan di <i>marketplace</i> .
7.	Karimatul Khasanah	Ensuring Legal Protection for Halal Product Consumers in Indonesia's Marketplaces	Relevansi dengan penelitian ini karena sama-sama mengkaji persoalan produk halal di	Penelitian ini lebih menitikberatkan pada perlindungan konsumen dan tanggung jawab negara serta <i>platform marketplace</i> dalam

		:Shariah Compliance and Regulatory Gaps.	<i>marketplace</i> digital serta menggunakan landasan hukum positif Indonesia, khususnya Undang-Undang Jaminan Produk Halal dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen.	menjamin kepatuhan terhadap regulasi halal. Penelitian tersebut tidak secara khusus menganalisis keabsahan akad jual beli menurut hukum ekonomi syariah, serta tidak mengkaji objek jual beli berupa produk tertentu, khususnya produk non-pangan seperti <i>skincare</i> impor.
--	--	--	--	--

Berdasarkan keseluruhan penelitian terdahulu yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa kajian mengenai produk kosmetik dan *skincare* halal telah banyak dilakukan dari berbagai perspektif, seperti perilaku konsumen, keputusan pembelian, loyalitas, branding, perlindungan konsumen, serta kajian fikih konseptual. Sebagian besar penelitian terdahulu menggunakan pendekatan kuantitatif dengan fokus pada pengaruh label halal, kualitas produk, citra merek, dan religiusitas terhadap minat atau keputusan pembelian konsumen Muslim. Penelitian-penelitian tersebut menegaskan bahwa label halal memiliki peran penting dalam membentuk persepsi dan sikap konsumen, namun umumnya menempatkan kehalalan sebagai variabel psikologis atau preferensi konsumen, bukan sebagai persoalan normatif keabsahan hukum transaksi.

Beberapa penelitian terdahulu juga mengkaji isu kosmetik halal dari sudut pandang perlindungan konsumen dan regulasi hukum positif, khususnya melalui Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Jaminan Produk Halal. Penelitian-penelitian ini mengungkap adanya kesenjangan antara norma hukum dan praktik di *marketplace* digital, terutama terkait peredaran produk impor tanpa sertifikasi halal dan lemahnya pengawasan terhadap klaim halal pelaku usaha. Namun demikian,

penelitian tersebut belum secara spesifik menganalisis keabsahan akad jual beli menurut hukum ekonomi syariah, serta belum mengaitkan ketentuan kehalalan produk dengan status objek akad dalam transaksi jual beli online.

Selain itu, terdapat penelitian yang mengkaji kehalalan kosmetik dari perspektif fikih kontemporer dan masā'il fiqhiyyah, yang memberikan landasan konseptual penting mengenai prinsip kehalalan produk kosmetik modern. Meskipun demikian, kajian tersebut masih bersifat teoritis dan belum diarahkan pada analisis aplikatif terhadap praktik jual beli produk *skincare* tertentu di *marketplace*, khususnya dalam konteks regulasi nasional dan transaksi *e-commerce*.

Berbeda dengan penelitian-penelitian terdahulu tersebut, penelitian ini secara khusus dan mendalam menelaah keabsahan jual beli produk *skincare* Korea SKIN1004 yang dipasarkan tanpa label halal di *marketplace* Shopee dengan menggunakan pendekatan hukum ekonomi syariah dan penelitian hukum normatif. Penelitian ini tidak hanya menilai pentingnya label halal, tetapi juga menganalisis kejelasan kehalalan komposisi bahan sebagai objek akad, potensi unsur *syubhat*, serta implikasi hukum syariah dan hukum positif terhadap sah atau tidaknya jual beli. Dengan demikian, penelitian ini mengisi celah penelitian (research gap) yang belum dibahas secara komprehensif dalam penelitian sebelumnya, yaitu kajian normatif mengenai jual beli produk *skincare* impor tanpa sertifikasi halal dalam perspektif hukum ekonomi syariah di *marketplace* digital.

F. Kerangka Berpikir

Dalam perspektif hukum ekonomi syariah, praktik jual beli pada dasarnya diperbolehkan selama memenuhi rukun dan syarat akad serta tidak mengandung unsur yang dilarang oleh syariat, seperti riba, gharar, dan maisir. Salah satu syarat penting dalam jual beli adalah kejelasan objek akad, termasuk kehalalan barang yang diperjualbelikan. Produk *skincare* sebagai objek jual beli, meskipun bukan produk pangan, tetap berpotensi

mengandung bahan haram atau *syubhat* , sehingga status kehalalannya perlu diperhatikan secara normatif.

Selanjutnya, prinsip kehalalan produk dalam hukum ekonomi syariah menjadi landasan penting dalam menilai sah atau tidaknya suatu transaksi jual beli. Kehalalan tidak hanya dilihat dari jenis produk, tetapi juga mencakup komposisi bahan, proses produksi, dan jaminan kehalalan yang diberikan kepada konsumen. Dalam konteks transaksi daring melalui *marketplace*, konsumen tidak dapat memeriksa produk secara langsung, sehingga label halal berfungsi sebagai instrumen penting untuk memberikan kepastian hukum dan mencegah terjadinya ketidakjelasan (*gharar*) terhadap objek akad.

Ketiadaan label halal pada produk *skincare* SKIN1004 yang dipasarkan melalui *marketplace* Shopee menimbulkan pertanyaan mengenai status kehalalan produk tersebut dan implikasinya terhadap keabsahan jual beli menurut hukum ekonomi syariah.¹⁶ Oleh karena itu, penelitian ini menganalisis keabsahan jual beli produk tersebut dengan mengaitkan ketentuan fikih muamalah, prinsip kehalalan produk, urgensi pencantuman label halal, serta regulasi hukum positif Indonesia, khususnya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.

Dalam konteks modern, fenomena jual beli produk *skincare* impor, khususnya dari Korea Selatan, menjadi perhatian. Produk-produk *skincare* Korea sangat digemari di Indonesia, termasuk oleh konsumen Muslim, karena citra kualitasnya yang tinggi dan pemasaran digital yang agresif. Salah satu merek yang sedang populer adalah SKIN1004, yang dikenal menggunakan bahan alami seperti *Centella Asiatica* dan diposisikan sebagai produk "*clean beauty*". Meski mengklaim tidak mengandung bahan berbahaya, SKIN1004 belum memiliki sertifikat halal dari lembaga

¹⁶ Putri Khisna Herawati, "Perlindungan Konsumen Muslim Terhadap Pemenuhan Hak Atas Informasi Halal Pada Produk Kosmetik Impor Dalam Jual Beli Online Di Aplikasi Shopee" (UII Yogyakarta, 2024).

berwenang di Indonesia, seperti Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) atau Majelis Ulama Indonesia (MUI).

Di sinilah hukum ekonomi syariah bertemu dengan hukum positif. Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal mengatur bahwa semua produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal. Untuk kategori kosmetika dan *skincare*, kewajiban label halal mulai diberlakukan secara menyeluruh mulai 17 Oktober 2026, setelah masa transisi. Meskipun saat ini SKIN1004 secara hukum positif belum melanggar UU JPH karena masih dalam masa transisi, dari sudut pandang syariah, keberadaan barang yang belum bersertifikat halal tetap menimbulkan keraguan terhadap status kehalalannya.¹⁷

Untuk memperjelas pandangan syariah, kita dapat mengacu pada Fatwa DSN-MUI No. 26 Tahun 2013 tentang Kosmetika Halal. Fatwa ini menegaskan bahwa kosmetik dan produk perawatan tubuh yang digunakan oleh umat Islam harus menggunakan bahan yang halal dan tidak najis, serta proses produksinya tidak boleh terkontaminasi oleh unsur haram. SKIN1004 memang mengklaim bebas alkohol dan bahan turunan hewani tertentu, namun tanpa adanya sertifikasi halal resmi, kehalalannya tidak dapat dipastikan menurut hukum Islam yang berlaku di Indonesia.

Tertuangnya larangan menggunakan bahan yang tidak halal dapat di pahami dalam dalil-dalil Al-Qur'an, Hadits Nabi serta Fatwa para ulama yang telah disepakati dan menjadi acuan regulasi terkait, adapun dalil al-qur'an surah Al-A'raf ayat 157, Allah Swt. Berfirman

وَيُحِلُّ لَهُمُ الطَّيِّبَاتِ وَيُحَرِّمُ عَلَيْهِمُ الْخَبَائِثَ

“Dan Allah menghalalkan bagi mereka segala yang baik, dan mengharamkan bagi mereka segala yang buruk”. Sementara secara kaidah

¹⁷ Nur Kasanah dan Muhammad Husain As Sajjad, “Potensi , Regulasi , dan Problematika Sertifikasi Halal Gratis,” *Journal of Economics, Law, and Humanities* 1, no. 2 (2022): h.31.

fiqhiyyah, hukum asal sesuatu yang bermanfaat adalah boleh dan hukum asal sesuatu yang berbahaya adalah haram.

Perkara mengenal halal juga diterangkan dalam HR. Al-Tirmidzi, Ibnu Majah dan al- Thabarani dari Salman al- Farisi: “Dari Salman al-Farisi, ia berkata: Rasulullah SAW ditanya tentang minyak samin, keju dan pakaian dari bahan bulu binatang, lalu beliau bersabda: “Sesuatu yang halal adalah apa yang dihalalkan oleh Allah di Kitab-Nya, dan sesuatu yang haram adalah apa yang diharamkan oleh-Nya di dalam Kitab-Nya. Adapun sesuatu yang tidak ditegaskan (kehalalan/keharaman) adalah termasuk apa yang dimaafkan”. (HR. Al- Tirmidzi, Ibnu Majah dan al- Thabarani).

Jual beli produk SKIN1004 oleh konsumen Muslim dapat dikategorikan dalam dua kemungkinan hukum syariah, jika ternyata bahan dan proses produksinya benar-benar halal, maka jual belinya sah, namun tetap mengandung *syubhat* karena tidak ada kepastian formal. Sebaliknya, jika ternyata ada kandungan atau proses yang tidak sesuai syariat, maka akad jual beli tersebut tidak sah. Dalam prinsip fiqh, *al-yakin la yazulu bi al-syakk* keyakinan tidak dapat dihapuskan oleh keraguan.¹⁸

Label halal menjadi instrumen penting dalam perlindungan konsumen Muslim dan sebagai jaminan kepercayaan terhadap produk. Ketidadaan label halal pada produk yang beredar luas menimbulkan persoalan secara syariah, serta kekhawatiran terhadap potensi pelanggaran prinsip-prinsip syariah.¹⁹ Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menelaah dan menganalisis status jual beli produk *skincare* impor tanpa label halal, khususnya pada Produk Korea SKIN1004 dalam perspektif hukum ekonomi syariah.

¹⁸ Selvy Puspita Anggraeni et al., “Konsep Kaidah ‘Al Yaqiinu Laa Yuzaalu Bi Syak,’” *Global Research and Innovation Journal* 01, no. 02 (2025): h.5.

¹⁹ Raihan Mohd Isa et al., “Determinants of consumer adoption of halal cosmetics : A systematic literature review,” *Journal of Cosmetic Dermatology* 22, no. 3 (2023): h.2, <https://doi.org/10.1111/jocd.15486>.

Berdasarkan analisis tersebut, penelitian ini bertujuan untuk memperoleh kesimpulan normatif mengenai keabsahan jual beli produk *skincare* SKIN1004 tanpa label halal dalam perspektif hukum ekonomi syariah, sekaligus memberikan gambaran implikasi hukum bagi pelaku usaha, *marketplace*, dan konsumen Muslim. Kerangka berpikir ini menjadi dasar dalam menarik kesimpulan dan merumuskan rekomendasi yang relevan dengan perkembangan transaksi jual beli produk *skincare* di era digital.

Dengan demikian, jual beli produk SKIN1004 oleh konsumen Muslim dapat dikategorikan dalam dua kemungkinan hukum syariah: jika ternyata bahan dan proses produksinya benar-benar halal, maka jual belinya sah, namun tetap mengandung *syubhat* karena tidak ada kepastian formal. Sebaliknya, jika ternyata ada kandungan atau proses yang tidak sesuai syariat, maka akad jual beli tersebut tidak sah. Dalam prinsip fiqh, *al-yakin la yazulu bi al-syakk* keyakinan tidak dapat dihapuskan oleh keraguan. Maka, konsumen Muslim harus berhati-hati dalam membeli produk yang belum bersertifikat halal.

Kerangka berpikir dalam penelitian ini disusun untuk menggambarkan alur logis dalam menganalisis keabsahan jual beli produk *skincare* Korea SKIN1004 tanpa label halal pada *marketplace* Shopee ditinjau dari hukum ekonomi syariah. Penelitian ini berangkat dari fenomena berkembangnya perdagangan produk *skincare* impor melalui *marketplace* digital, yang memudahkan konsumen Muslim dalam mengakses berbagai produk luar negeri. Namun demikian, kemudahan tersebut juga diiringi dengan peredaran produk *skincare* yang belum memiliki label halal, termasuk produk SKIN1004, sehingga menimbulkan persoalan terkait kepastian kehalalan produk dan perlindungan konsumen Muslim.

