

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul *Bisnis Kosmetik Zat Merkuri Dari Tinjauan Hukum Islam dan UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dengan Studi Kasus di Pasar Raharjo Surabaya* ini merupakan penelitian lapangan untuk menjawab pertanyaan bagaimana praktik bisnis kosmetik yang mengandung zat merkuri serta untuk mengetahui bagaimana tinjauan hukum Islam dari segi teori motivasi dalam Islam kaidah niat dan teori jual beli. Dalam Perlindungan Hukumnya ditinjau dari Pasal 4 tentang hak konsumen, Pasal 7 tentang kewajiban pelaku usaha, dan Pasal 8 tentang larangan bagi pelaku usaha yang terdapat pada Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang sesuai dengan praktik yang ada di Pasar Raharjo Surabaya.

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, dengan jenis penelitian lapangan tentang bisnis kosmetik yang mengandung zat merkuri yang mana bersifat deskriptif analitis dengan menggambarkan kejadian yang terjadi di lapangan kemudian menganalisisnya berdasarkan perspektif yuridis. Pendekatan yang digunakan adalah yuridis normatif karena penulis berpijak pada ketentuan-ketentuan Hukum Islam baik itu dari Al-Qur'an, Hadis, dan lain sebagainya dan juga berpijak pada Undang-undang yang berlaku di Indonesia. Teknik analisis menggunakan metode induktif dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa bisnis kosmetik zat merkuri di Pasar Raharjo Surabaya tidak sesuai dengan Hukum Islam karena tidak sesuai dengan beberapa syarat dan rukun akad jual beli sehingga tidak sesuai secara syar'i dan tidak sesuai dengan beberapa Pasal yang termaktub dalam kitab Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Kata kunci: Bisnis kosmetik zat merkuri, Hukum Islam, Undang-undang Perlindungan Konsumen.

ABSTRACT

Thesis entitled Business Cosmetic Substances Mercury from review of Islamic law and ACT No. 8 year 1999 on consumer Protection with case studies in Raharjo market Surabaya This is a field research to answer the question of how business practices Cosmetics containing mercury and as well as to know how to review Islamic law in terms of motivation theory in the Islamic rules of intent and the theory of buying and selling. In the legal Protection review of article 4 on the rights of consumers, article 7 on the obligations of business actors, and article 8 on the prohibition of business perpetrators contained in Law No. 8 of 1999 on consumer protection in accordance with Practice at Pasar Raharjo Surabaya market.

This research uses qualitative research, with the type of field research on cosmetic business containing mercury which is descriptive analytical by describing the events occurring in the field and then analyses it Based on a juridical perspective. The approach used is normative because the author is based on the provisions of Islamic law both from the Qur'an, Hadist, and others and also rests on the laws that apply in Indonesia. Analytical techniques use inductive methods with data collection through interviews, observations, and documentation.

The result of this study conclude that the cosmetics business of mercury in the market of Raharjo Surabaya is not in accordance with Islamic Law because it does not comply with several conditions or terms and pillars of the Sale and Purchase Agreement so that it is not in accordance with syar'i and several applicable articles contained in the Law on Protection consumer.

Keyword: Cosmetics business of mercury, Islamic Law, Consumer Protection Law

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI	iv
NOTA DINAS PEMBIMBING	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
MOTTO	xii
HALAMAN PERSEMBAHAN	xiii
KATA PENGANTAR	xv
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR SINGKATAN	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian dan Manfaatnya	5
D. Kajian Pustaka	6
E. Sistematika Pembahasan	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Teori Motivasi	10
1. Teori Motivasi Secara Umum	10
2. Teori Motif dalam Islam	12
B. Kosmetik	14
1. Definisi Kosmetik	14
2. Fungsi Kosmetik	15
C. Merkuri	17

1. Definisi Merkuri	17
2. Efek Samping Penggunaan Kosmetik Merkuri	18
3. Jenis-jenis Reaksi Negatif Penggunaan Kosmetik Merkuri	19
4. Merkuri Menurut BPOM	20
D. Hukum Islam	22
1. Definisi Jual Beli	22
2. Syarat Jual Beli	23
3. Jual Beli Fasid	28
4. Kosmetik dalam Islam	28
E. UU No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen	31
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Jenis Penelitian	36
B. Sifat Penelitian	36
C. Pendekatan Penelitian	37
D. Objek Penelitian	38
E. Sumber Data	38
1. Data Primer	38
2. Data Sekunder	39
F. Metode Pengumpulan Data	40
1. Wawancara	40
2. Observasi	41
3. Dokumentasi	42
G. Teknik Analisis Data	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS	43
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	43
1. Sejarah Pasar Raharjo Surabaya	43
2. Luas Wilayah	43
3. Jumlah Pedagang	43
4. Sistem Operasional	43
B. Praktik Bisnis Kosmetik Zat Merkuri di Pasar Raharjo Surabaya	44
C. Pandangan Hukum Islam terhadap Praktik Bisnis Kosmetik Zat	

Merkuri.....	48
D. Pandangan Hukum Perlindungan Konsumen terhadap Praktik	
Bisnis Kosmetik Zat Merkuri.....	53
BAB V PENUTUP	59
A. Kesimpulan	59
B. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Sumber Data Primer	38
Tabel 3.2 Daftar Nama Narasumber	41

DAFTAR SINGKATAN

QS	: Qur'an Surat
HR	: Hadist Riwayat
UU	: Undang-undang
UUPK	: Undang-undang Perlindungan Konsumen

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Wawancara

Lampiran 2 Bentuk Kemasan Luar dan Dalam SP UV Whitening dan Bukti Dokumentasi

Lampiran 3 Gambar Hasil Wawancara dari Narasumber