

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam semua pekerjaan, orang membutuhkan interaksi sosial dan bantuan dari orang lain. Orang yang hidup di bumi pasti membutuhkan kekayaan untuk memenuhi kebutuhannya. Orang mencari dan memperoleh kekayaan dengan bekerja, berdagang, atau berbisnis untuk memenuhi kebutuhan mereka. Rasulullah SAW berbisnis sejak usia 12 tahun, kami umat Nabi Muhammad SAW berkomitmen untuk berbisnis dengan prinsip kejujuran, kehandalan, keadilan dan tanggung jawab. Kita harus mengikuti jejak para nabi. Banyak orang sekarang melakukan bisnis dan membuat keuntungan dengan sangat besar.

Bisnis adalah kegiatan yang dilakukan oleh individu atau kelompok dengan menawarkan barang atau jasa dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Bisnis dalam Islam adalah bisnis yang dilakukan menurut prinsip syariah. Dengan kata lain, halal dan haram diprioritaskan dengan menaati perintah Allah dan menjauhi larangan. Sebagaimana telah tercantum di dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 188:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ

النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنتُمْ تَعْلَمُونَ □ (١٨٨)

Artinya: “ *Janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada para hakim dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui.* ” (QS. Al-Baqarah [2]: 188)

Perusahaan bisnis yang menguntungkan adalah perusahaan yang dikelola dengan baik, berpengetahuan luas di bidang operasionalnya, terus diperbarui atau diperbarui menggunakan informasi dan teknologi, dan mampu beradaptasi dengan permintaan pasar. Bisnis Syariah adalah segala bentuk kegiatan perdagangan yang sesuai dengan hukum Syariah. Islam menghalalkan jual beli karena mengandung unsur gotong royong kerja sama yang saling menguntungkan. Menjual barang yang dibolehkan dalam Islam tidak dilarang dalam syariat, tetapi ia termasuk salah satu barang yang dijual secara halal.¹

Dalam kegiatan bisnis yang berhubungan manusia dengan manusia maka, diperlukan Etika bisnis dalam kegiatan bisnis yang melibatkan orang-orang sebagai pedoman prinsip dan norma transaksi, tindakan, dan komitmen untuk mencapai tujuan bisnis dengan lancar dan aman. Etika bisnis adalah aturan norma sosial dan prinsip umum yang dimaksudkan untuk memberikan rasa aman dan nyaman bagi mereka yang terlibat dalam kegiatan bisnis seperti aspek hukum, kepemilikan, pengelolaan, dan distribusi aset.² Dari sudut pandang ekonomi, kesepakatan yang baik adalah kesepakatan yang membawa banyak keuntungan,

¹ Marfu'ah, *Jual Beli Secara Benar*, (Semarang: Mutiara Aksara, 2019), 17.

² Fakhry Zamzam dan Havis Aravik, *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*, ..., 5.

tetapi mengejar keuntungan dalam bisnis tidak sepihak, jadi kesepakatan adalah interaksi yang saling menguntungkan. Oleh karena itu, perusahaan yang baik harus berpegang pada standar atau nilai-nilai etika bisnis.

Sebuah bisnis tidak dapat maju dan berkembang tanpa pelanggan. Konsumen atau pelanggan adalah semua pengguna barang atau jasa, baik yang digunakan secara langsung maupun sebagai perantara untuk produksi selanjutnya..³ Hukum Islam menetapkan enam hak konsumen yang harus diperhatikan oleh para pelaku bisnis. Hak atas informasi yang benar, jujur dan adil serta untuk menghindari pemalsuan; Hak atas keamanan produk dan lingkungan yang sehat; Hak untuk advokasi dan penyelesaian sengketa; Hak untuk menerima kompensasi atas efek buruk produk dari penyalahgunaan situasi, hak untuk memilih dan menerima nilai tukar yang adil.⁴

Konsumen ingin mencari informasi yang lengkap tentang produk atau barang yang dibelinya, mengetahui kelebihan dan kekurangannya sebelum melakukan pembelian, dan menemukan daya tarik dari produk atau barang yang dipilihnya. Di masa sulit sekarang ini, banyak pebisnis yang mempromosikan produknya secara online melalui Instagram, Facebook, Shopee, Tokopedia, Blibli, dan platform media sosial lainnya. Ini menjadi masalah karena konsumen sering tertipu. Dalam mengembangkannya, para pelaku ekonomi cenderung mengabaikan hak-hak konsumen dan mengeksploitasi kerentanan konsumen.

³ Ibid, 26.

⁴ Ibid, 26.

Pelaku ekonomi secara sukarela menghasilkan produk yang tidak memenuhi standar yang ditetapkan pemerintah, mengiklankan produknya, dan memanfaatkan ketidaktahuan konsumen akan haknya. Namun, masalah ini telah diatasi oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999. Pasal 19 mewajibkan pelaku usaha untuk mengganti kerugian atau kerusakan yang diderita konsumen melalui konsumsi atau pembelian barang.

Di dunia modern saat ini, penggunaan kosmetik meningkat pesat dan upaya pendidikan terus dilakukan untuk menjaga dan merawat kulit agar terlihat optimal di depan umum. Bisnis kosmetik nampaknya sedang digandrungi oleh para pelaku bisnis. Industri kecantikan berlomba-lomba menghadirkan produk yang mampu mengatasi berbagai jenis masalah kulit. Bahan-bahan yang digunakan haruslah dengan standar yang telah ditetapkan oleh Pemerintah terutama komposisi yang ada dalam produk haruslah diketahui secara jelas Halalnya. Banyak wanita yang menggunakan kosmetik, dan banyak yang memilih kosmetik yang tidak jelas kehalalannya. Khususnya pengguna kosmetik wanita harus mewaspadaikan hal ini. Sifat kehalalan kosmetik harus dinomori agar kita konsumen selalu mendapat ridho dan ridho Allah saat menggunakan kosmetik halal.

Fatwa MUI membolehkan penggunaan kosmetik dengan syarat halal dan suci yang bertujuan untuk kepentingan secara syar'i dan tidak membahayakan. Sebagaimana Allah berfirman dalam surah Al-Baqoroh ayat 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ
عَدُوٌّ مُبِينٌ (١٦٨)

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.” (QS. Al-Baqoroh [2]: 168).

Istilah halal didefinisikan sebagai diperbolehkan dan tidak mengandung unsur-unsur berbahaya. Kata Thoyyiban berarti enak atau lezat, baik, dan bukan milik orang lain. Yang dimaksud kosmetik halal disini adalah menghindari unsur haram yang disebabkan oleh kotoran yang tidak baik karena mengandung bangkai, khamr (minuman yang memabukkan), darah dan hal-hal lain yang dapat membahayakan. Kosmetik yang diperbolehkan menurut hukum Islam adalah Kosmetik yang mengandung bahan-bahan berkualitas tinggi dan aman, diproduksi secara sanitasi, tidak mengandung bahan yang berasal dari eksploitasi, dan tidak menyebabkan kepunahan.⁵

Indonesia telah mengeluarkan Fatwa MUI Nomor 26 Tahun 2013 tentang Standar Kehalalan Produk Kosmetik dan Penggunaannya, berbagai sumber rujukan untuk menguatkan fatwa ini terutama didalam Firman Allah SWT QS. Al-Baqarah ayat 172 tentang keharusan mengkonsumsi yang halal, antara lain:

⁵ Sri Wahyuni dkk, Kesadaran Konsumen Menggunakan Kosmetik Halal Serta Pengaruhnya Terhadap Brand Holistic, *Jurnal At-Tijarah* Vol. 5 No. 2. 2019, 217.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

(١٧٢)

Artinya: “*Wahai orang-orang yang beriman, makanlah apa-apa yang baik yang Kami anugerahkan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah jika kamu benar-benar hanya menyembah kepada-Nya.*” (QS. Al-Baqarah [2]: 172).

Kabupaten Bangkalan sendiri memiliki beberapa tempat penjualan kosmetik. Namun peneliti belum mengetahui apakah pedagang kosmetik Bangkalan mengikuti praktik bisnis jual beli kosmetik sesuai dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999. Apakah pengusaha menjual kosmetik sesuai standar kehalalan Fatwa MUI No. 26 tahun 2013? Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk meneliti bisnis kosmetik halal di kabupaten Bangkalan Kecamatan Kamal dipilih sebagai lokasi penelitian karena menurut penulis, Kecamatan Kamal merupakan wilayah yang mayoritas penduduknya beragama Islam, dan merupakan lokasi yang strategis yang sering dikunjungi oleh mahasiswa UTM maupun pelajar yang saat ini tidak lepas dari penggunaan kosmetik. Penggunaan kosmetik halal harus terjamin agar statusnya menjadi jelas produk yang dijual bisa digunakan oleh masyarakat Muslim. Untuk itu perlu adanya penelitian terkait bisnis kosmetik halal. Oleh karena itu, penulis sangat tertarik dengan kasus yang berjudul “*Tinjauan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dan Fatwa MUI Nomor 26 Tahun 2013 Tentang Usaha Kosmetika Halal Di Kabupaten Kamal Provinsi Bangkalan*”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, terdapat pokok permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana tinjauan UU No. 8 Tahun 1999 terhadap praktik bisnis kosmetik di Kecamatan Kamal Kabupaten Bangkalan?
2. Bagaimana tinjauan Fatwa MUI No. 26 Tahun 2013 terhadap praktik bisnis kosmetik halal di Kecamatan Kamal Kabupaten Bangkalan?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tinjauan UU No. 8 Tahun 1999 terhadap praktik bisnis kosmetik di Kecamatan Kamal Kabupaten Bangkalan.
2. Untuk mengetahui tinjauan Fatwa MUI No. 26 Tahun 2013 terhadap praktik bisnis kosmetik halal di Kecamatan Kamal Kabupaten Bangkalan.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Akademik

Diharapkan penelitian ini dapat menambah khazanah keilmuan terkait bisnis kosmetik Halal sebagaimana ditetapkan dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 dan Fatwa MUI No. 26 Tahun 2013 dan dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian lebih lanjut terkait bisnis kosmetik Halal.

2. Bagi Toko Kosmetik

Diharapkan para pemilik toko kosmetik dapat menerapkan aturan yang sudah ada dalam UU Perlindungan Konsumen dan fatwa MUI tentang standar

kehalalan kosmetik. Sehingga kedepannya dapat menjalankan bisnis yang jujur dan amanah sesuai dengan hukum dan Fatwa MUI.

3. Bagi Peneliti

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih luas dan tambahan ilmu baru kepada para pembaca tentang praktik bisnis kosmetik halal berdasarkan UU No. 8 Tahun 1999 dan Fatwa MUI No. 26 Tahun 2013 untuk digunakan dalam menentukan pilihan dalam membeli dan menggunakan kosmetik di masa depan.

E. Kajian Pustaka

Tinjauan pustaka adalah deskripsi singkat dari penelitian yang telah dilakukan dalam masalah yang sedang diselidiki. Bagian ini menjelaskan penelitian yang berkaitan dengan pekerjaan penulis. Saya juga menggunakan ini sebagai referensi karena relevan dengan penelitian yang penulis coba jelajahi. Di bawah ini adalah beberapa studi yang sangat relevan.

1. Skripsi yang ditulis oleh Safira yang berjudul “Tinjauan Etika Bisnis Islam Dan UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Praktik Jual Beli Produk Kosmetik Di Riva Store Cosmetic Madiun”, tahun 2019.⁶

⁶ Safira, “*Tinjauan Etika Bisnis Islam Dan UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Praktik Jual Beli Produk Kosmetik Di Riva Store Cosmetic Madiun*”, Skripsi Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2019.

Skripsi ini berkaitan dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Etika Bisnis Islami dan Sifat dan Mutu Jual Beli Kosmetik di Toko Riva Kosmetik Madiun. Metode yang digunakan dalam skripsi ini adalah metode kualitatif. Investigasi menemukan bahwa praktik jual beli kosmetik di Riva Store Cosmetics Madiun tidak sesuai dengan prinsip etika bisnis Islami dan tidak ditawarkan secara jujur oleh penjual, sehingga tunduk pada etika bisnis Islami dan perlindungan konsumen. Saya tahu itu tidak sah. Informasi barang yang dijual dan kualitas produk yang dijual masih rendah. Ada beberapa krim kosmetik yang tidak terdaftar di BPOM, dan bahan yang digunakan dalam krim kosmetik tersebut belum diungkapkan, sehingga patut dipertanyakan.

Perbedaan antara penelitian penulis dan Safira adalah fokus penelitian. Penelitian Safira berfokus pada etika bisnis Islami dan UU No 8 Tahun 1999 dalam praktek jual beli di Riva Store Cosmetics. Penelitian penulis berfokus pada bisnis kosmetik yang didefinisikan oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 dan Fatwa MUI No. 26 Tahun 2013, dan pemilik atau pengelola toko kosmetik di Kamal Kami menggunakan studi kasus di toko yang ada di Kecamatan Kamal, Kabupaten Bangkalan .

Kesamaan antara penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya dengan penulis adalah kedua subjek penelitian adalah kosmetik.

2. Skripsi yang ditulis oleh Adelia Safitri yang berjudul “Analisis Hukum Islam Dan Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 Terhadap Jual Beli Produk Skincare Di Nanisa Beauty And Dental Clinic Sidoarjo”, tahun 2020.⁷

Skripsi ini mendeskripsikan dan menganalisis praktik jual beli produk perawatan kulit di Klinik Kecantikan dan Gigi di Nanisa. Metode yang digunakan dalam pekerjaan ini adalah metode penelitian survey lapangan. Kesimpulan dari penulisan ini adalah bahwa praktik jual beli produk perawatan kulit di Klinik Kecantikan dan Gigi Nanisa memenuhi rukun dan syarat jual beli dalam syariat Islam. Selain itu, menurut UU No. 33 Tahun 2014, Klinik Kecantikan Dan Gigi Nanisa Sidoarjo telah mengajukan beberapa produk untuk mengajukan sertifikasi Halal MUI, tetapi beberapa krim tidak terdaftar karena mengandung bahan rahasia. Produk Mereka belum terdaftar di label halal MUI.

Perbedaan penelitian penulis dengan penelitian Adelia Safitri terletak pada fokus penelitiannya. Penelitian Adelia berfokus pada analisis syariat Islam dan UU No. 33 Tahun 2014 tentang jual beli produk di Nanisa Beauty and Clinic Sidoarjo. Penelitian penulis berfokus pada bisnis kosmetik yang didefinisikan oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun

⁷ Adelia Safitri, “*Analisis Hukum Islam Dan Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 Terhadap Jual Beli Produk Skincare Di Nanisa Beauty And Dental Clinic Sidoarjo*”, Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2020.

1999 dan Fatwa MUI No. 26 Tahun 2013, pada pemilik atau pengelola toko kosmetik di Kecamatan Kamal, Kabupaten Bangkalan.

Kesamaan antara penelitian peneliti dan penulis hingga saat ini adalah kedua penelitian tersebut berfokus pada kosmetik.

3. Skripsi yang ditulis oleh Oktavia yang berjudul “Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Kosmetik Tidak Berlabel BPOM Dalam Perspektif Islam”, tahun 2021.⁸

Skripsi ini membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen saat memutuskan untuk membeli kosmetik yang tidak berlabel BPOM. Studi kasus Arisan Perempuan Desa Pelang Kidul Kabupaten Ngawi. Metode yang digunakan dalam pekerjaan ini adalah metode survey lapangan. Hasil dari penelitian ini adalah faktor-faktor yang melatarbelakangi seorang perempuan sosialita dari Desa Perang Kidul, Kabupaten Ngawi yang lebih memilih hasil yang instan dari pada melihat kehalalan suatu produk, untuk membeli kosmetiknya yang tidak berlabel BPOM.

Perbedaan penelitian penulis dengan penelitian Octavia nya terletak pada fokus penelitiannya, penelitian Oktavia merupakan studi kasus kumpulan wanita Arisan asal Desa Pelangkidul Kecamatan Ngawi, dan difokuskan pada faktor pembelian kosmetik yang belum berlabel BPOM. Sedangkan Penelitian penulis difokuskan pada bisnis kosmetika sebagaimana

⁸ Oktavia, “*Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Produk Kosemtik Tidak Berlabel BPOM Dalam Perspektif Islam*”, Skripsi Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2021.

diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 dan Fatwa MUI No. 26 Tahun 2013, dan melibatkan studi kasus pemilik atau pengelola toko kosmetik di Kecamatan Kamal Kabupaten Bangkalan.

Kesamaan antara penelitian peneliti dan penulis hingga saat ini adalah kedua penelitian tersebut berfokus pada kosmetik.

4. Artikel yang ditulis oleh Rahmah dkk yang berjudul “Pengaruh Religiusitas dan Produk Halal Terhadap Keputusan Memilih Kosmetik Pada Konsumen Muslim”, tahun 2020.⁹

Artikel ini membahas tentang pengaruh religiusitas dan perilaku konsumen muslim pada studi kasus wanita muslimah memilih kosmetik halal di Universitas Muhammadiyah Sukabumi. Metode yang digunakan penulis dalam jurnal ini adalah metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa muslimah di Universitas Muhammadiyah Sukabumi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pilihan kosmetik halal mereka.

Perbedaan antara karya penulis dan karya Rahmah dan temannya terletak pada fokus penelitian. Rahmah Menggunakan studi kasus seorang Muslimah dari Universitas Muhammadiyah Sukabumi, penelitian Rahmah berfokus pada pengaruh tingkat agama konsumen Muslim ketika memilih kosmetik. Meskipun penelitian penulis berfokus pada bisnis kosmetika dalam pengertian UU No. 8 Tahun 1999 tentang Undang-Undang Perlindungan

⁹ Rahmah dkk, Pengaruh Religiusitas dan Produk Halal terhadap Keputusan Memilih Kosmetik Pada Konsumen Muslim, *Jurnal Sketsa Bisnis* Vol. 7 No. 1, Desember 2020, 1-10.

Konsumen dan Fatwa MUI No. 26 Tahun 2013 tentang Standar Halal Kosmetika dan studi kasus pada pemilik atau pengelola toko kosmetik di Kecamatan Kamal Kabupaten Bangkalan.

Kesamaan antara penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya dengan penulis adalah kedua subjek penelitian adalah kosmetik.

5. Artikel yang ditulis oleh Yuliana dan Yustina yang berjudul “Pengaruh Gaya Hidup Halal, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow (Studi Kasus Pada Mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura)”, tahun 2021.¹⁰

Artikel ini menggunakan studi kasus mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura dengan tema penelitian MS Glow untuk menjelaskan hubungan antara halal lifestyle, halal label dan harga dalam keputusan pembelian. Metode yang digunakan penulis dalam jurnal ini adalah metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian ini, pengaruh gaya hidup halal, label halal dan harga terhadap keputusan pembelian ms glow studi kasus mahasiswa Universitas Tornojoyo Madura menyimpulkan bahwa sangat berpengaruh.

Perbedaan penelitian penulis dengan penelitian Juliana dan Justina terletak pada fokus penelitiannya, penelitian Juliana dan Justina berfokus pada dampak halal lifestyle, labeling halal dan harga sebagai keputusan pembelian

¹⁰ Yuliana Ulfidatul Hoiriyah dan Yustina Chrismardani, Pengaruh Gaya Hidup Halal, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow (Studi Kasus Pada Mahasiswi Universitas Trunojoyo Madura), *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen* Vol. 1 No. 2, Juni tahun 2021, 115-120.

produk MS Glow. Lalu penelitian penulis berfokus pada bisnis kosmetika dalam pengertian UU No. 8 Tahun 1999 tentang Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Fatwa MUI No. 26 Tahun 2013 tentang Standar Halal Kosmetika dengan studi kasus pada pemilik atau pemilik toko kosmetik di Kecamatan Kamal Kabupaten Bangkalan.

Kesamaan antara penelitian peneliti dan penulis hingga saat ini adalah kedua penelitian tersebut berfokus pada kosmetik.

F. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pemahaman pembaca dan memberikan klarifikasi terhadap pembahasan penelitian yang dilakukan, maka penulis menggambarkan suatu sistem penulisan tentang apa yang sedang dibahas dalam penelitian ini. Berikut adalah sistematika pembahasan makalah. adalah.

1. **BAB I (PENDAHULUAN):** Pendahuluan ini menyajikan karya secara keseluruhan. Terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan aplikasi, tinjauan pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan pembahasan sistematis.
2. **BAB II (LANDASAN TEORI):** Berdasarkan tinjauan UU No.8 Tahun 1999 dan Fatwa MUI No.26 Tahun 2013, berisi teori tentang topik penelitian tentang Toko Kosmetik Halal di Kabupaten Bangkalan untuk referensi diskusi dan pemecahan masalah.
3. **BAB III (METODE PENELITIAN):** Meliputi metode yang digunakan dalam penelitian, seperti jenis penelitian, subjek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

4. **BAB IV (HASIL PENELITIAN):** Berisi hasil penelitian dan analisis kajian evaluasi usaha kosmetik halal sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dan Fatwa MUI Nomor 26 Tahun 2013 dalam melakukan transaksi usaha kosmetika di Kecamatan Kamal Kabupaten Bangkalan.
5. **BAB V (PENUTUP):** Ini berisi kesimpulan tentang penelitian ini dan jawaban atas pertanyaan yang diajukan. Bab ini juga berisi saran kedepan untuk membantu peneliti selanjutnya dan juga para pelaku usaha bidang kosmetik.