

ETIKA KONSUMSI ISLAM PADA *SKINCARE*

Noor Iffatin Nadhifah

Sekolah Tinggi Ekonomi Islam Permata Bojonegoro

Nadanadhiva1@gmail.com

Abstrak

Banyaknya produk *skincare* yang beredar dikalangan masyarakat menjadi perhatian khusus bagi konsumen untuk berhati-hati terhadap bahan pembuatan *skincare* maupun kecocokan terhadap jenis kulit konsumen. Penelitian ini bertujuan memberikan wawasan konsumen dalam mengkonsumsi *skincare* sesuai etika konsumsi dalam islam.

Metode penelitian yang digunakan yakni metode deskriptif digunakan untuk menghimpun data aktual, metode ini umumnya menggunakan pendekatan kualitatif, sehingga seorang peneliti ketika terjun ke lapangan tidak membawa alat pengumpul data, melainkan langsung melakukan observasi atau pengamatan evidensi sambil mengumpulkan data dan dan melakukan analisis.

Hasil dari penelitian ini adalah bahwasanya konsumen harus mensyukuri anugrah tuhan (kecantikannya) dengan cara menjaganya, hal ini dilakukan dengan cara mengkonsumsi *skincare* yang bisa di dapatkan dari manapun dengan cara yang halal dan baik. Disini konsumen mempunyai kehendak bebas untuk menentukan produk *skincare* mana yang dibutuhkan yang sesuai dengan *butget* konsumen, akan tetapi tak lupa konsumen juga harus mempertanggung jawabkan semua itu kepada Alla, diri sendiri dan orang lain.

Kata kunci : Etika, Konsumsi Islam, *Skincare*

PENDAHULUAN

Maraknya bisnis *skincare* dikalangan produsen *skincare* dengan menawarkan berbagai pilihan produk, manfaat, harga dan konsultasi untuk memperindah diri memicu masyarakat untuk berpartisipasi aktif dibidang perawatan wajah. Keanekaragaman merk *skincare* yang beredar dipasaran memberikan kemudahan bagi konsumen untuk mendapatkan maupun memilih produk *skincare* yang sesuai dengan kebutuhan kulit dan *butget* yang di anggarkan konsumen. Selain itu, di era yang serba digital ini konsumen bisa memanfaatkan *gatgetnya* untuk melakukan transaksi jual beli khususnya pada produk *skincare* baik didalam negeri maupun luar negeri.

Etika konsumsi islam memiliki aturan - aturan diantaranya barang yang dikonsumsi harus sesuai dengan kebutuhan dan kemampuannya, konsumsi hanya untuk barang yang halal

dan *thayib* serta mementingkan masalah. Kategori masalah dalam etika konsumsi islam yakni dari sisi penjual dan pembeli. Hal ini di atur dalam Q.s. Al-baqoroh 168:

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

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. (Q.s Al-Baqaroh: 168).¹

Ayat diatas menjelaskan bahwa barang yang dikonsumsi adalah yang halal dan *thayib* Barang yang halal belum tentu *thayib* dan barang yang *thayib* belum tentu halal, jadi halal dan *thayib* ini adalah dua kesatuan yang digunakan untuk mengontrol dalam berkonsumsi.

Minimnya pengetahuan konsumen dalam berkonsumsi sesuai syari'at islam menjadi motivasi penulis untuk memberikan wawasan terkait etika berkonsumsi secara islam yang tidak hanya mengedepankan keinginan untuk memenuhi *tren* gaya hidup melainkan untuk memenuhi kebutuhan diri. Untuk itu artikel ini bertujuan memberikan wawasan konsumen dalam mengkonsumsi *skincare* sesuai etika konsumsi dalam islam.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Perilaku Konsumen

Pada hakekatnya, konsumen mengandung pengertian yang sangat luas, sebagaimana yang diucapkan oleh Presiden Amerika Serikat, John F. Kennedy dalam kutipanya Muhammad dan Alimin "*Consumers by definition include us all*" (secara definisi, semua kita termasuk konsumen). Undang-undang konsumen No.8 Tahun 1999 Bab I, pasal I, nomor 2, mendefinisikan konsumen sebagai "setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk yang lain dan tidak untuk diperdagangkan".²

Menurut Engel et al perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam pemerolehan, pengkonsumsian, dan penghabisan produk/jasa, termasuk proses yang mendahului dan menyusul tindakan ini. Menurut Mowen dan Minor perilaku

¹ Al-Qur'an terjemah bahasa Indonesia, (Kudus: Menara Kudus, 2006), hlm. 25.

² Muhammad, Alimin, "Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam", (Yogyakarta: BPFE, 2004), hlm. 128-129.

konsumen adalah studi unit-unit dan proses pembuatan keputusan yang terlibat dalam penerimaan, penggunaan, dan pembelian dan penentuan barang, jasa, dan ide. Schiffman dan Kanuk mendefinisikan perilaku konsumen sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen untuk mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka.³

2. Perilaku Konsumen Muslim

Konsumen dalam Islam yaitu setiap orang, kelompok atau badan hukum pemakai suatu harta benda atau jasa karena adanya hak yang sah, baik ia dipakai untuk pemakaian akhir ataupun untuk proses produksi selanjutnya.⁴

Islam mengatur segenap perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Demikian pula dalam masalah konsumsi, Islam mengatur bagaimana manusia bisa melakukan kegiatan-kegiatan konsumsi yang membawa manusia berguna bagi kemaslahatan hidupnya. Islam telah mengatur jalan hidup manusia lewat Al-Qur'an dan Al-Hadist, supaya manusia dijauhkan dari sifat yang hina karena perilaku konsumsinya. Perilaku yang sesuai ketentuan Allah dan Rasulullah SAW akan menjamin kehidupan manusia yang lebih sejahtera.⁵

3. Etika Konsumsi Islam

Pola konsumsi dalam Islam harus menjamin agar konsumsi itu melahirkan serta dapat menciptakan jiwa yang sehat dan tentram, badan dan tubuh yang sehat, menciptakan akhlak mulia, membahagiakan keluarga, menciptakan masyarakat dan kehidupan sosial yang diridhai Allah SWT.⁶ Di bidang konsumsi, etika Islam berarti seseorang ketika mengkonsumsi barang-barang atau rezeki harus dengan cara yang halal dan baik.⁷

Etika Islam dalam hal konsumsi menurut Syed Nawab Haider Naqvi sebagai berikut:

1) Tauhid (*Unity*/kesatuan)

³ Etta Mamang Sangadji, Sopiah, "Perilaku Konsumen", (Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET, 2013), hlm.7-8.

⁴ Muhammad, Alimin, "Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam", ..., hlm. 129-130.

⁵ Heri Sudarsono, "konsep Ekonomi Islam", (Yogyakarta: EKONISIA, 2003), hlm.167.

⁶ Sofyan S. Harahab, "Etika Bisnis Perspektif Islam", (Jakarta: Salemba Empat, 2010), hlm. 139.

⁷ Abdul Aziz, "Etika Bisnis Perspektif Islam", ..., hlm.164.

Sumber utama etika Islam adalah kepercayaan penuh dan murni terhadap kesatuan Tuhan. Ini secara khusus menunjukkan dimensi vertikal Islam yang menghubungkan institusi-institusi sosial yang terbatas dan tak sempurna dengan dzat yang sempurna dan tak terbatas. Hubungan ini dipengaruhi oleh penyerahan tanpa syarat manusia di hadapan-Nya, dengan menjadikan keinginan, ambisi, serta perbuatannya tunduk pada perintah-Nya.⁸ Seperti yang tertera dalam Q.s. Al-an'am : 162

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Artinya: Katakanlah: Sesungguhnya sembahyangku, ibadatku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam.(Q.s. Al-an 'am : 162).⁹

2) Adil (Equilibrium/keadilan)

Berdasarkan dengan konsep kesatuan, dua konsep Islam *al-adl* dan *al-Ihsan* menunjukkan suatu keadaan keseimbangan /kesejajaran sosial. Pada dataran ekonomi, prinsip tersebut menentukan konfigurasi aktivitas-aktivitas distribusi, konsumsi sarta produksi yang terbaik.¹⁰

3) Free Will (Kehendak Bebas)

Pandangan Islam manusia terlahir memiliki kehendak bebas yakni dengan potensi yang menentukan pilihan diantara pilihan-pilihan yang beragam. Karena kebebasan manusia tak dibatasi dan bersifat voluntaris, maka dia juga memiliki kebebasan untuk mengambil pilihan yang salah. Untuk kebaikan diri manusia sendirilah pilihan yang benar.¹¹

قُلْ يَأَيُّهَا النَّاسُ قَدْ جَاءَكُمْ الْحَقُّ مِنْ رَبِّكُمْ فَمَنِ اهْتَدَىٰ فَإِنَّمَا يَهْتَدِي لِنَفْسِهِ وَمَنْ ضَلَّٰ فَإِنَّمَا يَضِلُّ عَلَيْهَا وَمَا أَنَا عَلَيْكُمْ بِوَكِيلٍ

Artinya : Katakanlah: "Hai manusia, Sesungguhnya telah datang kepadamu kebenaran (Al Quran) dari Tuhanmu, sebab itu Barangsiapa yang mendapat petunjuk Maka Sesungguhnya (petunjuk itu) untuk kebaikan dirinya sendiri. dan Barangsiapa yang sesat, Maka Sesungguhnya kesesatannya itu mencelakakan

⁸ Syed Nawab Haider Naqvi, "Menggas Ilmu Ekonomi Islam", (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), hlm.37.

⁹ Al-Qur'an Hafalan Mudah, Bandung: Cordoba, 2018, hlm. 150.

¹⁰ *Ibid.*, hlm. 39.

¹¹ *Ibid.*, hlm. 42.

*dirinya sendiri. dan aku bukanlah seorang penjaga terhadap dirimu".(Q.s. Yunus: 108).*¹²

4) Amanah (*Responsibility*/ Pertanggungjawaban)

Erat kaitannya dengan kehendak bebas adalah aksioma tanggung jawab. Meskipun kedua aksioma itu merupakan pasangan secara alamiah, tapi itu tidak berarti bahwa keduanya secara logis atau praktis sedemikian saling terkait sehingga tidak bisa dibedakan satu sama lain. Islam menaruh penekanan yang besar pada konsep tanggung jawab tetapi ini bukan berarti kurang memperhatikan kebebasan individu.¹³

4. *Skin Care*

Produk skin care menurut Tresna (2010) merupakan produk kecantikan yang dapat mengatasi berbagai problem kulit yang dialami, seperti menghilangkan jerawat, menyamarkan dan menghilangkan flek-flek di wajah, menghilangkan noda bekas jerawat, memutihkan kulit, dan memperbaiki kulit kusam. Untuk menyembuhkan berbagai problem kulit seperti yang sudah disebutkan, jenis perawatan dapat berupa peeling, facial, dan lain-lain.¹⁴

Perawatan kulit (*skincare*) adalah prosedur atau langkah-langkah merawat kulit yang dilakukan dengan menggunakan produk-produk *skincare* dan kosmetik kecantikan dengan kandungan bahan yang aman serta baik digunakan sesuai dengan jenis kulit wajah masing-masing individu. Sebelum melakukan perawatan kulit hal yang paling utama adalah mengetahui jenis kulit wajah kita masing-masing. Jenis kulit wajah yang umum dimiliki oleh manusia yaitu kulit wajah normal, berminyak, kering.

Penampilan yang menarik dengan wajah yang cantik menjadi impian bagi setiap wanita. Namun penampilan yang menarik bukan hanya didapat dari pakaian yang dipakai saja, tetapi adanya dukungan dari kulit yang sehat membuat penampilan lebih menarik. Perawatan kulit dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai produk Skin Care yang aman dan sesuai dengan kebutuhan kulit. Perlunya memahami dan mengetahui jenis kulit wajah, normal, kering atau berminyak dan permasalahan kulit yang dialami seperti jerawat, wajah kusam, komedo, atau flek hitam, sebelum memakai produk Skin Care.¹⁵

¹² Al-Qur'an Hafalan Mudah, Bandung: Cordoba, 2018, hlm. 221.

¹³ *Ibid.*, hlm. 46.

¹⁴ Tresna, P, "Modul I dasar rias, perawatan kulit wajah" (Bandung: Fakultas Pendidikan Teknologi dan Kejuruan Universitas Pendidikan Indonesia) ,2010.

¹⁵ Vadlya Maarif, " Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Skin Care Yang Sesuai Dengan Jenis Kulit Wajah Menggunakan Logika Fuzzy", Jurnal Sain dan Manajemen, Vol. 7, No. 2, 2019, h. 73-74)

Sebagai seorang muslim hendaklah cermat dalam memilih produk Skin Care, seorang muslim haruslah mengkonsumsi atau memakai produk Skin Care yang halal, baik itu dari bahan baku sampai pengolahannya juga harus sesuai syariat Islam, adanya sertifikat halal dari MUI dan terdapat label halal pada kemasan produk. Meskipun produk Skin Care tidak untuk dimakan seperti halnya makanan pokok, namun produk Skin Care (perawatan kulit) adalah bagian dari aktivitas konsumsi pemakaian luar yang mempunyai aspek halal, haram dan najis. Maka dari itu haruslah cermat dalam memilih produk Skin Care jangan sampai menggunakan produk kecantikan yang didalamnya terdapat kandungan zat haram dan najis.¹⁶

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Metode deskriptif digunakan untuk menghimpun data aktual, metode ini umumnya menggunakan pendekatan kualitatif, sehingga seorang peneliti ketika terjun ke lapangan tidak membawa alat pengumpul data, melainkan langsung melakukan observasi atau pengamatan evidensi sambil mengumpulkan data dan melakukan analisis. Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun kelas peristiwa pada masa sekarang.

Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta – fakta, sifat- sifat serta hubungan antar fenomena – fenomena yang terjadi.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi literatur (Library Research), yaitu teknik pengumpulan data dengan membaca dan mempelajari teori –teori yang terdapat dalam literatur – literatur dan catatan tulisan yang berkaitan dengan topik permasalahan yang menjadi bahan penelitian. Dengan menggunakan penelitian ini, berarti setiap buku atau sumber kepustakaan yang memiliki hubungan dengan subyek dan objek permasalahan dikaji sedemikian rupa sehingga menghasilkan suatu analisis yang dapat mendeskripsikan tentang etika konsumsi islam pada *skincare*.

PEMBAHASAN

¹⁶ Zalfa Zahirah Adhania, “Pengaruh Endorsement Terhadap Minat Membeli Produk Skin Care Halal Pada Mahasiswa Jabodetabek”, ELIQTISHOD, Vol. 5, No. 2, 2021, h. 75-77,79-80.)

Etika konsumsi Islam pada Skincare

Islam tidak melarang umatnya untuk memperindah diri akan tetapi terdapat aturan – aturan yang dalam berpenampilan maupun merawat diri, disini akan dianalisis menggunakan etika konsumsi Islam yang dikemukakan oleh Syed Nawab Haider Naqvi, diantaranya:

1. Aspek Tauhid (*Unity/kesatuan*)

Aspek tauhid dalam Islam menawarkan konsep keterpaduan antara agama, sosial, ekonomi dan politik untuk menjadi suatu kesatuan yang utuh dalam mewujudkan suatu etika konsumen. Dalam hal agama seorang konsumen harus mempunyai tingkat keimanan yang bisa mengarahkan atau membimbing dirinya dalam kebaikan khususnya dalam pembelian kosmetik, yang mana ketika konsumen mempunyai iman didalam dirinya konsumen akan menggunakan tingkat kerasionalannya dalam mengkonsumsi barang. Seperti halnya ketika berkonsumsi konsumen tidak berlebihan (boros), sesuai dengan kemampuannya serta melihat dari segi keahalan produk dan keterjaminan kualitas produk itu sendiri.

Ekonomi mempunyai jangkauan yang sangat luas sekali dan salah satunya adalah jual beli yang mana jual beli ini melibatkan dua orang pelaku yang salah satunya adalah pembeli atau bisa disebut konsumen, di dalam jual beli inilah terjalin nilai-nilai sosial antara penjual dan pembeli.

Suatu teori mengatakan bahwasanya seorang konsumen adalah raja, sehingga muncullah suatu teori yang berpendapat bahwa kebahagiaan manusia tercermin dalam kemampuannya mengkonsumsi apa yang diinginkan.¹⁷ Ketika seorang konsumen mengkonsumsi barang yang diinginkannya tanpa dibarengi dengan nilai-nilai agama maka konsumen akan memenuhi kebutuhannya sesuai dengan apa yang mereka mau tanpa memikirkan hari esok sehingga dirinya tidak bisa mengendalikan dirinya.

Dari sinilah agama mempunyai peran penting dalam diri manusia yakni sebagai alat pengontrol diri, jika agama bisa berfungsi sebagaimana fungsinya yakni alat pengontrol diri maka tindakan seseorang dalam hal jual beli akan masuk dalam taraf aman karena antara pengeluaran dan pemasukan akan seimbang, serta sesuai dengan kemampuannya.

Mengkonsumsi kosmetik merupakan suatu kebutuhan, hal ini di karenakan tubuh seseorang membutuhkan suatu perawatan, dan ini mungkin tidak semua orang

¹⁷Jaribah Bin Ahmad Al- Haritsi, "Fiqh Ekonomi Umar bin Al-Khattab" (Jeddah: Pustaka Al-khauhsar, 2008), hlm.138.

merasakannya karena jenis kulit seseorang itu berbeda-beda, ada orang yang tanpa menggunakan kosmetik sudah merasa kalau kulitnya sehat akan tetapi juga ada orang yang sangat butuh merawat kulitnya dikarenakan kulit yang cepat kusam, jerawat, bahkan kulit yang sangat sensitiv.

Perawatan wajah ini merupakan suatu bentuk rasa syukur atas karunia Allah yang telah memberikan bentuk rupa seindah ini, jika perawatan ini tidak dilakukan maka sama saja kita tidak menjaga apa yang diberikan Allah kepada kita semua.

Islam dalam hal mengkonsumsi kosmetik tidak ada larangan akan tetapi ada batasannya seperti halnya tidak berlebihan dan juga tidak sampai merubah bentuk ciptaan Allah. seperti pada hadist yang diriwayatkan oleh HR Muslim:

إِنَّ اللَّهَ جَمِيلٌ يُحِبُّ الْجَمَالَ

Artinya: Sesungguhnya Allah itu indah dan menyukai keindahan. (HR. Muslim)

Dari hadist diatas sudah dijelaskan bahwasanya Allah juga menyukai keindahan, hadist di atas juga diperkuat oleh Qs. Al-a'rof : 26

يٰٓبٰنِيٓ اٰدَمَ قَدْ اَنْزَلْنٰ اِلَيْكُمْ لِبَاسًا يُّوَارِيٓ سَوْءَتَكُمْ وَرِيشًا وَلِبَاسُ التَّقْوٰى ذٰلِكَ خَيْرٌ ذٰلِكَ مِنْ اٰيٰتِ اللّٰهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُوْا

Artinya: Hai anak Adam, Sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. dan pakaian takwa Itulah yang paling baik. yang demikian itu adalah sebahagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, Mudah-mudahan mereka selalu ingat. (Qs. Al-A'rof:26).¹⁸

Dalam kedua hadist tersebut tersirat untuk menggunakan apa yang ada di bumi ini dengan baik supaya bisa memperindah diri. Dengan adanya dalil yang mendasari dalam memperindah diri diharapkan sebagai umat Islam tidak khawatir jika akan mengkonsumsi kosmetik untuk memperindah diri karena Islam sendiri juga membolehkannya.

2. Aspek Adil (Equilibrium/keadilan)

Adil mempunyai dua makna bahwa dalam setiap aktivitas ekonomi yang dijalankan supaya tidak terjadi suatu tindakan yang dapat menzalimi orang lain. Konsep adil ini mempunyai dua konteks yaitu konteks individu dan sosial. Dalam konteks individu, janganlah dalam aktivitas perekonomiannya sampai menyakiti diri sendiri. Adapun dalam konteks sosial, dituntut jangan sampai merugikan orang lain. Oleh karena itu harus terjadi keseimbangan antara individu dan sosial.

¹⁸ Al-Qur'an Hafalan Mudah, Bandung: Cordoba, 2018, hlm. 153.

Adil dalam berkonsumsi dari sisi individu ini menyangkut pribadi konsumen yang tidak boleh menyakiti dirinya sendiri sehingga keadilan dalam berkonsumsi dapat diwujudkan dengan memanfaatkan karunia Allah yang ada dimuka bumi ini yang sudah disediakan dengan sebaik-baiknya tanpa melalaikan akhirat, artinya harus ada keseimbangan antara yang diperoleh didunia dan diakhirat. Dalam konsumsi *skincare* bisa dilihat dengan beragamnya jenis maupun produk kosmetik dengan merk yang berbeda – beda yang ada di muka bumi ini, konsumen harus mampu mengkonsumsi untuk dunia dan akhiratnya yakni dengan cara memilih kosmetik yang halal dan baik untuk diri konsumen. Kriteria baik untuk konsumen adalah yang sesuai atau cocok untuk kulit konsumen karena setiap konsumen memiliki jenis kulit yang berbeda – beda sehingga konsumen diharapkan mampu mengetahui kosmetik yang dibutuhkan untuk merawat kulitnya.

Nilai sosial, pada aspek adil dalam berkonsumsi diwujudkan dengan tidak menyakiti orang lain, dalam pengaplikasiannya didunia kosmetik yakni tidak ada kebohongan dalam pembuatan kosmetik misal dari bahan atau komposisi yang digunakan serta manfaat yang diperoleh konsumen harus ada kejelasan sehingga tercapai kemaslahatan umat dengan adanya kosmetik. Akan tetapi konsumen juga harus teliti dalam melihat komposisi yang sudah tertera diproduksi kosmetik sehingga jika ada ketidak cocokan dalam bahan maupun manfaatnya konsumen tidak merasa dicurangi ataupun dirugikan oleh pihak produsen.

Selain dari segi komposisi, pertimbangan dalam pembelian kosmetik adalah keterjangkauan harga. setiap konsumen juga mempunyai tingkat pendapatan yang berbeda – beda. Jadi sebagai konsumen harus mampu mengatur biaya pengeluaran dari pendapatan yang diperoleh. Tidak perlu memaksakan diri supaya bisa mengikuti mode tren zamannya.

Selain itu sarana dan prasarana merupakan hal yang tak kalah penting, tanpa adanya sarana konsumsi konsumen tidak akan terpenuhi begitu sebaliknya dengan prasarana. Jadi antara sarana dan prasarana harus terpenuhi semuanya. Dalam konsumsi kosmetik dapat di lihat dari keterjangkauan konsumen dengan tempat pembelian kosmetik (toko, *swalayan* atau *outlet*). akan tetapi untuk saat ini era digitalisasi dalam berkonsumsi telah dimudahkan, cukup dengan berdiam diri rumah konsumen dapat mendapatkan barang yang dibutuhkannya lewat *platform online*.

Dengan begitu kebutuhan konsumen bisa terpenuhi dan tercapailah kepuasan dalam berkonsumsi, yang akan menimbulkan kemaslahatan umat antara penjual dan

pembeli. Kemaslahatan adanya kosmetik ini merupakan salah satu bentuk tolong menolong antara penjual dan pembeli, penjual bisa mendapatkan keuntungan dan menolong orang - orang yang membutuhkan kosmetik dan bagi konsumen terbantu dalam mendapatkan kosmetik yang mereka butuhkan..

3. Aspek *Free Will* (Kehendak Bebas)

manusia terlahir memiliki kehendak bebas yakni dengan potensi yang dimiliki mampu menentukan pilihan yang beranekaragam. Karena kebebasan manusia tak dibatasi dan bersifat voluntaris, maka dia juga memiliki kebebasan untuk mengambil pilihan yang salah. Untuk kebaikan diri manusia sendirilah pilihan yang benar.¹⁹

قُلْ يَا أَيُّهَا النَّاسُ قَدْ جَاءَكُمْ الْحَقُّ مِنْ رَبِّكُمْ فَمَنْ اهْتَدَىٰ فَإِنَّمَا يَهْتَدِي لِنَفْسِهِ وَمَنْ ضَلَّ فَإِنَّمَا يَضِلُّ عَلَيْهَا وَمَا أَنَا عَلَيْكُمْ بِوَكِيلٍ

Artinya : Katakanlah: "Hai manusia, Sesungguhnya telah datang kepadamu kebenaran (Al Quran) dari Tuhanmu, sebab itu Barangsiapa yang mendapat petunjuk Maka Sesungguhnya (petunjuk itu) untuk kebaikan dirinya sendiri. dan Barangsiapa yang sesat, Maka Sesungguhnya kesesatannya itu mencelakakan dirinya sendiri. dan aku bukanlah seorang penjaga terhadap dirimu".(Q.s. Yunus: 108).²⁰

Pesatnya perkembangan kosmetik baik dari segi brand nama maupun varian – varian dalam kosmetik akan menciptakan suatu permintaan didalam dunia pasar, hal ini memungkinkan konsumen untuk berkehendak bebas sesuai keinginannya maupun kebutuhan mereka. Akan tetapi etika konsumsi bagi konsumen muslim mempunyai aturan tersendiri meskipun mereka memiliki kehendak bebas, diantaranya:

1. Keterjangkauan harga

konsumen muslim dalam berkehendak bebas yakni dari segi keterjangkauan harga kosmetik itu sendiri. Tingkat harga merupakan salah satu faktor yang menjadi acuan konsumen untuk menentukan tingkat konsumsinya pada kosmetik. Dengan harga yang ditawarkan konsumen berhak memilih kosmetik yang akan dikonsumsi sesuai yang dibutuhkan untuk jenis kulitnya, meskipun harga juga menjadi salah satu penentu kualitas kosmetik. Selain itu harga juga mampu menentukan perusahaan dalam menentukan segmen konsumen.

¹⁹ Syed Nawab Haider Naqvi, “Mengkas Ilmu Ekonomi Islam”, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), hlm. 42.

²⁰ Al-Qur'an Hafalan Mudah, Bandung: Cordoba, 2018, hlm. 221.

Konsumen mempunyai peran aktif dalam menentukan kualitas dan harga kosmetik hal ini akan menentukan daya beli konsumen pada produk kosmetik, karena berkaitan dengan kepuasan konsumen dalam bekehendak bebas untuk menentukan pilihannya.

2. Discon (potongan harga)

Discon atau potongan harga merupakan salah satu teknik pemasaran yang dapat menimbulkan respon konsumen untuk membeli suatu produk. Pada saat ini *discon* banyak diterapkan perusahaan untuk menjual produknya, salah satunya adalah produk kosmetik. Banyaknya *discon* yang diberikan memicu konsumen untuk turut berpartisipasi dalam pembelian kosmetik.

3. Pelayanan konsultasi

pelayanan konsultasi merupakan salah satu trobosan baru untuk mengelola konsumennya, sehingga konsumen merasakan adanya kepuasan tersendiri dapat berkomunikasi langsung untuk berkonsultasi mengenai keresahannya dengan kulitnya maupun kosmetik yang cocok degan jenis kulitnya. Hal ini juga bisa dilakukan melalui *online*, jika konsumen tidak bisa berkonsultasi secara langsung.

4. Aspek Amanah (*Responsibility/ Pertanggungjawaban*)

Manusia memiliki tanggungjawab terhadap Tuhan, dirinya sendiri, dan orang lain. Namun tiga bidang tanggungjawab ini hanyalah menggaris bawahi prinsip etika sentral bawah individu, meski memiliki personalitas khas dirinya sendiri, bahkan menjadi lebih terhormat sebagai bagian integral dari totalitas manusia. Bukanlah suatu kebajikan tindakan mengisolasi diri untuk mencapai kemewahan sporitual karena peningkatan kualitas manusia dicapai dengan berbuat kebajikan kepada orang lain khususnya kepada yang lemah. Q.s Al-Balad 12-16:

وَمَا أَدْرَاكَ مَا الْعَقَبَةُ ۚ فَكُّ رَقَبَةٍ ۖ أَوْ إِطْعَامٌ فِي يَوْمٍ ذِي مَسْغَبَةٍ يَتِيمًا ذَا مَقْرَبَةٍ ۖ أَوْ مِسْكِينًا ذَا مَتْرَبَةٍ ۚ

Artinya: tahukah kamu Apakah jalan yang mendaki lagi sukar itu?, (yaitu) melepaskan budak dari perbudakan, atau memberi Makan pada hari kelaparan, (kepada) anak yatim yang ada hubungan kerabat, atau kepada orang miskin yang sangat fakir. (Q.s Al-Balad 12-16).²¹

²¹ Al-Qur'an Hafalan Mudah, Bandung: Cordoba, 2018, hlm.594.

Dalam mengkonsumsi *skincare* konsumen bebas untuk menentukan pilihan merk maupun produk yang sesuai dengan kulit dan *budget* konsumen akan tetapi dengan kebebasannya itu setiap konsumen harus mempertanggung jawabkan setiap tindakannya termasuk dalam melakukan konsumsi *skincare*, pertanggung jawaban konsumen tidak hanya kepada Allah saja akan tetapi juga kepada orang lain disekitarnya dan masyarakat.

1. Pertanggung jawaban kepada Allah SAW

a. Bentuk pertanggungjawaban kepada Allah bagi produsen *skincare*

Bentuk pertanggungjawaban kepada Allah bagi produsen *skincare* yakni dengan memanfaatkan bahan – bahan yang ada di bumi yang digunakan untuk membuat *skincare* dengan sebaik-baiknya tanpa merusak alam. Serta tidak menggunakan bahan yang dilarang atau yang berbahaya dalam pembuatan *skincare*.

b. Bentuk pertanggungjawaban kepada Allah bagi konsumen *skincare*

Pertanggungjawaban kepada Allah bagi konsumen dalam hal konsumsi *skincare* bisa berupa dengan komitmen konsumen dalam mempertahankan konsumsinya pada *skincare* yang berlabel halal, dengan banyaknya produk *skincare* yang beredar dipasaran konsumen harus mampu mempertahankan pilihannya dengan mengkonsumsi *skincare* yang sudah berlabel halal dan hal ini bisa dilihat dari komposisi yang dipakai yang tertera di kemasan serta adanya logo halal dan izin dari BPOM.

2. Pertanggungjawaban kepada diri sendiri

Pada pertanggungjawaban kepada diri sendiri ini seorang konsumen harus bisa merawat dan menjaga apa yang sudah di berikan Allah kepadanya dengan tanpa merubah bentuk.

3. Pertanggungjawaban kepada orang lain

a. Bentuk pertanggungjawaban seorang produsen *skincare* kepada orang lain atau masyarakat dengan memberikan pelayanan yang maksimal serta terus memperbaiki kualitas supaya tetap bisa bersaing dengan *skincare* lainnya dan juga terus melakukan pengiklanan supaya produk *skincare* bisa dikenal masyarakat luas.

- b. Bentuk pertanggungjawaban konsumen kepada orang lain dengan merekomendasikan produk *skincare* yang halal kepada orang lain atau orang yang ada disekitarnya tanpa ada unsur paksaan,

KESIMPULAN

Hasil dari pembahasan diatas adalah pertama dari aspek tauhid merawat pemberian Allah (wajah) merupakan salah satu bentuk syukur kepada Allah dengan cara menjaganya, apabila kita tidak menjaga bearti sama saja tidak mensyukuri nikmat yang Allah diberikan, yang ke dua aspek adil, maksud adil disini seorang konsumen harus bisa berlaku adil dengan cara memanfaatkan hasil sumber daya alam yang telah ada disekitar kita, memilih produk *skincare* yang sesuai dengan yang kita butuhkan dengan cara yang halal dan *thayyib*, selanjutnya yang ketiga yakni kehendak bebas, konsumen lahir di dunia dengan kehendak bebas dalam hal ini konsumen dapat memilih produk *skincare* sesuai *butget* yang mereka anggarkan, dan terahit yakni amanah / pertanggung jawaban setiap tingkah laku yang dilakukan konsumen harus di pertanggung jawabkan kepada Alla, diri sendiri dan orang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Alimin,Muhammad, “*Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*”, Yogyakarta: BPFE, 2004.
- Al-Qur’an Hafalan Mudah, 2018, Bandung: Cordoba.
- Al-Qur’an terjemah bahasa Indonesia, 2006, Kudus: Menara Kudus.
- Aziz, Abdul., 2013, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, Bandung: ALFABETA.
- Jaribah Bin Ahmad Al- Haritsi., 2008, *Fiqih Ekonomi Umar bin Al-Khattab*, Jeddah: Pustaka Al-khautsar.
- Maarif ,Vadlya, 2019,“ *Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Skin Care Yang Sesuai Dengan Jenis Kulit Wajah Menggunakan Logika Fuzzy*”, Jurnal Sain dan Manajemen, Vol. 7, No. 2.
- Mamang Sangadji, Etta, Sopiah., 2013, *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Naqvi, Haider .,2009 , *Menggas Ilmu Ekonomi Islam*,Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- S. Harahab, Sofyan., *Etika Bisnis Perspektif Islam*, Jakarta: Salemba Empat.
- Sudarsono, Heri., 2003, *konsep Ekonomi Islam*, Yogyakarta: EKONISIA.

Tresna, P, 2010, “*Modul I dasar rias, perawatan kulit wajah*” Bandung: Fakultas Pendidikan Teknologi dan Kejuruan Universitas Pendidikan Indonesia.

Zahirah Adhania, Zalfa, 2021, “*Pengaruh Endorsement Terhadap Minat Membeli Produk Skin Care Halal Pada Mahasiswa Jabodetabek*”, ELIQTISHOD, Vol. 5, No. 2, 2021.