

ANALISIS KOSMETIK ILEGAL DALAM PANDANGAN ETIKA BISNIS ISLAM: STUDI KASUS KOSMETIK YANG DITARIK BPOM

Nida Arifah¹, Wulan Kuswinarti², Lina Marlina³

¹Universitas Siliwangi, Email : nidaarifah1204@gmail.com

²Universitas Siliwangi, Email : wulank790@gmail.com

³ Universitas Siliwangi, Email : linamarlina@unsil.ac.id

ABSTRACT

The development of the cosmetics industry in Indonesia has experienced significant progress, but it is also accompanied by the emergence of illegal cosmetic products that have the potential to harm consumer health. This research aims to analyze how Islamic business ethics can be applied in addressing the issue of illegal cosmetics and encouraging business actors to comply with regulations and maintain integrity in business. A case study of illegal cosmetic products recalled by BPOM shows that illegal cosmetic business practices not only violate the principles of Islamic business ethics but also can directly harm consumers and create a negative impact on the overall image of the cosmetics industry. This research uses qualitative analysis methods to identify violations of Islamic business ethics principles in the practice of selling illegal cosmetics and provide solution recommendations based on the perspective of Islamic business ethics. The results of this research indicate that the application of Islamic business ethics is very important in creating a healthier and safer business environment for consumers. Thus, this research can contribute to the development of Islamic business ethics in the cosmetics industry in Indonesia.

Keywords: *illegal cosmetics, Islamic business ethics, BPOM, consumer health, business integrity*

ABSTRAK

Perkembangan industri kosmetik di Indonesia telah mengalami kemajuan signifikan, namun juga diiringi dengan munculnya produk kosmetik ilegal yang berpotensi membahayakan kesehatan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana etika bisnis Islam dapat diterapkan dalam mengatasi masalah kosmetik ilegal dan mendorong pelaku usaha untuk mematuhi regulasi serta menjaga integritas dalam berbisnis. Studi kasus pada produk kosmetik ilegal yang ditarik oleh BPOM menunjukkan bahwa praktik bisnis kosmetik ilegal tidak hanya melanggar prinsip-prinsip etika bisnis Islam, tetapi juga dapat merugikan konsumen secara langsung dan menciptakan dampak negatif terhadap citra industri kosmetik secara keseluruhan. Penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif untuk mengidentifikasi pelanggaran prinsip etika bisnis Islam dalam praktik penjualan kosmetik ilegal dan memberikan rekomendasi solusi berdasarkan perspektif etika bisnis Islam. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam sangat penting dalam menciptakan lingkungan bisnis yang lebih sehat dan aman bagi konsumen. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada pengembangan etika bisnis Islam dalam industri kosmetik di Indonesia.

Kata Kunci: *kosmetik ilegal, etika bisnis Islam, BPOM, kesehatan konsumen, integritas bisnis.*

PENDAHULUAN

Karena pertumbuhan industri kosmetik yang signifikan di Indonesia, sejumlah pengusaha yang tidak bertanggung jawab mulai memproduksi atau menjual kosmetik yang tidak memenuhi syarat kepada masyarakat umum. Target audiensnya adalah para wanita yang menginginkan hasil yang cepat dan maksimal. Mereka sangat tertarik dengan kosmetik yang murah. Kemampuan untuk melihat hasil langsung adalah daya tarik utama. Untuk mendapatkan kulit yang sehat, putih dan bersih, seseorang harus menggunakan kosmetik yang telah disetujui oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) dan berlabel HALAL. Hal ini dikarenakan kosmetik tersebut telah teruji secara klinis oleh dua lembaga terpercaya untuk memastikan bahwa kosmetik tersebut aman dan tidak membahayakan kulit.

Namun bersamaan dengan itu, isu serius menjadi kemunculan produk kosmetik ilegal tersebut. BPOM mencatat keberadaan 91 produk kosmetik ilegal di awal tahun 2025. Produk yang viral ini di dalam media sosial ditarik dari peredaran karena mengandung bahan yang sangat berbahaya. Bahkan, beberapa Kosmetik sitaan sangat diminati oleh kaum wanita, sebab karena kosmetik ini murah harganya juga cepat membantu wajah menjadi putih serta glowing saat bekerja di kulit. Kosmetik ilegal tanpa izin BPOM umumnya mengandung zat kimia yang berpotensi merusak kulit jika dipakai terus-menerus; banyak pedagang tetap menjualnya bebas di pasar juga pasar sentral meski berulang kali digerebek polisi. Produk-produk itu melanggar terhadap regulasi. Kesehatan dari para konsumen juga berpotensi untuk terancam oleh produk-produk ini.

Dalam etika bisnis Islam, prinsip-prinsip seperti kejujuran, tanggung jawab, dan perlindungan konsumen sangat penting. Para pelaku usaha di dalam Islam wajib menjaga keselamatan juga kesejahteraan masyarakat, dan wajib mengejar keuntungan itu. Praktik bisnis kosmetik ilegal mencerminkan al-bathil yakni (tidak sah), al-fasad yaitu (kerusakan), serta azh-zhalim yaitu (ketidakadilan), yang mana bertentangan dengan ajaran Islam.

Studi kasus ini akan mengeksplorasi mengenai produk kosmetik yang ditarik oleh BPOM serta praktik bisnis ilegal. Praktik ini tidak hanya merugikan konsumen secara langsung, tetapi juga berdampak negatif pada citra industri kosmetik secara keseluruhan. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis penerapan etika bisnis islam dalam mengatasi masalah ini serta mendorong pelaku usaha agar menjaga integritas dan mematuhi regulasi di dalam berbisnis.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi studi kasus dan pendekatan kualitatif. Dalam penelitian ini, kosmetik ilegal yang ditarik oleh Badan Pengawas Obat Dan Makanan (BPOM) pada awal tahun 2025 menjadi unit analisis. Para ahli dalam etika bisnis Islam dan regulasi kosmetik berperan sebagai informan utama dalam penelitian ini..

Prosedur pengumpulan data dilakukan melalui analisis dokumen laporan BPOM dan tinjauan pustaka tentang kerangka etika Islam. Teknik pengumpulan data juga dilakukan melalui wawancara dengan para pakar di bidang etika bisnis Islam dan regulasi kosmetik.

Teknik validasi data dicapai melalui triangulasi sumber data dan metode. Sumber data ditriangulasi dengan membandingkan data yang diperoleh dari laporan BPOM dan tinjauan pustaka dengan data yang diperoleh dari wawancara ahli. Triangulasi metodologis dilakukan dengan membandingkan hasil analisis data dengan teori etika bisnis Islam yang relevan.

Teknik analisis data dilakukan melalui analisis tematik. Analisis tematik dilakukan dengan mengidentifikasi topik yang relevan dengan penelitian ini, seperti pelanggaran prinsip moral Islam dalam penjualan kosmetik ilegal dan dampaknya terhadap konsumen dan bisnis legal.

Dalam penelitian ini, tidak ada rumus yang digunakan untuk mengukur variabel dalam penelitian ini. Namun, penelitian ini mengadopsi kerangka etika Islam untuk menganalisis fenomena kosmetik ilegal di Indonesia. Kerangka etika Islam yang digunakan mencakup prinsip-prinsip seperti kejujuran (*sidq*), tanggungjawab (*mas'ūliyah*), dan larangan ketidakpastian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Teori Etika Bisnis Islam

A. Pengertian Etika Bisnis Islam

Dalam pemikiran Islam, etika lebih tepat diartikan sebagai akhlak, atau studi tentang moralitas manusia. Teori linguistik menyatakan bahwa akhlak berasal dari bahasa Arab, khususnya dalam bentuk isim masdar infinitif dari kata *akhlaqa*, teori bahasa, dan *ikhlaqan*, yang merupakan singkatan dari *al-sajiyah* (perangai), *al-thabi'ah* (tingkah laku, tabiat, watak), *al-'adat* (kebiasaan, adat), dan *al-muru'ah* (peradaban yang baik).

Etika bisnis merupakan studi yang dikhususkan mengenai moral antara yang benar dan salah. Studi ini berkonsentrasi pada standar moral sebagaimana diterapkan dalam kebijakan, institusi dan perilaku bisnis. Sehingga penggabungan etika dan bisnis dapat berarti memaksakan norma-norma agama bagi dunia bisnis, memasang kode etik profesi bisnis, merevisi sistem dan hukum ekonomi, meningkatkan keterampilan manajemen kewajiban moral orang luar untuk mencari keselamatan, dll. untuk mencari keselamatan, dan lain-lain. Al-Qur'an menjelaskan etika dalam tiga konsep penting yang jika digabungkan memiliki makna yang sama: Iman, Islam, dan Taqwa. Selain itu, pandangan dunia Al-Qur'an didasarkan pada istilah-istilah ini. Istilah-istilah dalam Al-Qur'an yang Digunakan untuk Menjelaskan Etika.

Dalam Quran Surah Annisa ayat 29 tentang Etika Bisnis Islam menyatakan bahwa sumber etika dan nilai dalam semua aspek kehidupan manusia, termasuk bisnis. Hal ini karena Islam mendorong hubungan yang positif, saling pengertian antar sesama, dan menghindari eksploitasi. Islam memandang etika sebagai sesuatu yang mutlak dan abadi, bukan relatif dan bermanfaat. Berdasarkan prinsip-prinsip moral, etika bisnis Islam secara tidak langsung memberikan pengetahuan tentang apa yang benar dan salah. Mempelajari perbedaan antara benar dan salah, kemudian bertindak sesuai dengannya. Hal yang benar berdasarkan prinsip-prinsip moral, sementara yang lain berpikir bahwa situasi menentukan apa yang benar.

Etika organisasi atau manajemen terkadang dikaitkan dengan studi etika bisnis. Dengan demikian, etika bisnis adalah gagasan atau analisis moralitas dalam bisnis dan ekonomi, dengan menggunakan Prinsip Etika Bisnis Islam, yang berlandaskan pada Al-Qur'an, sebagai sumber ajaran Islam, menawarkan perspektif bahwa etika dan bisnis saling terkait erat, seperti dua bangunan yang terpisah tetapi kohesif.

B. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

1. Tauhid (Unity/kesatuan)

Tauhid merupakan ajaran yang menegaskan keyakinan bahwa Allah Swt adalah satu-satunya Tuhan, yang mengatur hubungan vertikal antara manusia dan Penciptanya. Keyakinan ini mencakup kesadaran bahwa segala sesuatu yang ada berasal dari-Nya akan kembali kepada-Nya. Allah adalah pemilik mutlak atas segala ciptaan-Nya. Konsep tauhid menjadi landasan utama bagi setiap aktivitas seorang muslim oleh karena itu setiap aktivitas manusia harus selalu diarahkan pada pedoman yang berlaku agar tidak melanggar batasan yang telah ditetapkan.

2. Keseimbangan

Keseimbangan atau kesejajaran *tawâzun* atau *equilibrium*, adalah konsep adanya keadilan sosial. Keseimbangan hidup dalam ekonomi Islam didefinisikan sebagai mencapai *metabolisme* dalam pemenuhan semua bagian kehidupan fisik maupun mental, material dan spiritual, individu dan masyarakat, sekarang dan yang akan datang, serta dunia dan akhirat. Dalam artian keseimbangan pada suatu perusahaan atau organisasi sosial dalam hal kegiatan sosial bersifat sempit, maka dalam hal ini berarti dapat diterima oleh kedua belah pihak dan tidak yang merasa dirugikan. Dengan kata lain, ketika pembeli dan penjual mencapai kesepakatan yang dapat diterima bersama, maka kesepakatan tersebut dikenal sebagai keseimbangan pasar.

Islam amat menganjurkan berbuat adil di dalam berdagang, serta melarang berbuat curang atau jahat karena melakukan kecurangan di dalam berdagang menunjukkan tandanya kehancuran dagang tersebut. Islam memerintahkan untuk berbuat adil, bukan hanya pada pihak yang disukai. Allah Swt pada Quran Surah Al-Isra' (17):35 "Sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar dan timbanglah dengan timbangan yang benar. Itulah yang paling baik dan paling bagus akibatnya."

Begitu pula dalam bisnis, tauhid adalah gerbang pembuka memulai bisnis dan menjadi koridor mengarungi aktivitas bisnis. Tauhid adalah pengendali sehingga pembisnis muslim akan mencintai kebaikan dan menjauhi kebatilan, tidak melakukan persaingan yang tidak sehat, tidak berebut pangkat, kedudukan, dan jabatan dengan cara-cara yang jelek, berusaha keras mengejar profit dan meningkatkan kinerja demi mencapai rida Allah Swt, dan lain sebagainya. Tauhid akan menjadikan bisnis sebagai aktivitas mempersiapkan kehidupan setelah kematian, menjadi pribadi yang bersyukur ketika bisnis meraih kesuksesan dan menjadi pribadi yang sabar pada saat bisnis dirundung pailit.

3. Kebebasan berkehendak (*hurriyyat al-irâdat* atau *free will*)

Perspektif Islam menyatakan bahwa manusia dianugerahi kemampuan untuk memilih antara yang baik dan yang buruk, yang konstruktif dan yang merusak. Namun, kebebasan yang tidak terbatas dapat merugikan manusia. Oleh karena itu, kebebasan dalam Islam dibatasi oleh prinsip-prinsip Islam yang konsisten dengan ide-ide dasar keberadaan manusia. Hal yang sama juga berlaku dalam bisnis. Dalam bisnis Islam, kebebasan sangat penting. Kepentingan pribadi tidak terbatas, dan tidak ada batasan untuk memotivasi individu agar secara aktif bekerja dan berkontribusi sebaik mungkin. Namun, kebebasan untuk memiliki properti tidak boleh mengorbankan kepentingan umum. Tanggung jawab setiap orang terhadap masyarakat, seperti zakat, infak, sedekah, dan sebagainya, mengesampingkan keinginan manusia yang tidak terbatas untuk meningkatkan kebutuhan pribadinya.

Manusia diperbolehkan untuk berkreasi dan berinovasi dalam dunia bisnis. Manusia bebas untuk bersaing dan berpartisipasi dalam kegiatan ekonomi. Islam mendukung pasar bebas dan persaingan penawaran dan permintaan. Pemerintah tidak dapat ikut campur dalam keputusan bisnis; para pebisnis membuat keputusan tersebut. Suatu ketika, ketika harga sedang naik, Nabi sendiri menolak untuk menetapkannya. Menurut Nabi, Allah adalah yang menetapkan harga,

melebarkannya, menyempitkannya, dan menyediakan makanan. Penetapan harga tanpa memperhitungkan penawaran dan permintaan adalah tidak adil, dan Nabi tidak ingin siapa pun menuntutnya atas ketidakadilan ketika ia menghadapinya, baik itu dalam hal jiwa maupun harta benda.

4. Pertanggungjawaban (mas'ûliyyat atau responsibility)

Pertanggungjawaban berhubungan erat dengan kehendak bebas. Manusia memiliki kebebasan untuk mengikuti kata hatinya, namun mereka harus mempertanggungjawabkan perbuatannya kepada manusia dan Tuhan. Manusia harus mempertanggungjawabkan seluruh tindakannya. Ini merupakan kontribusi moral dan sosial. Dimulai dengan lillah, aktivitas bisnis diakhiri dengan tanggung jawab moral dan sosial kepada manusia dan lingkungan sebagai cara untuk mempertanggungjawabkan kepada Allah dan kepada manusia sebagai masyarakat. Semua tindakan yang dilakukan oleh seorang Muslim, termasuk perdagangan, akan diteliti. Secara vertikal, seluruh kegiatan bisnis berorientasi kepada Allah, Zat yang menciptakan alam dengan segala sumber daya yang dilimpahkan kepada manusia, dalam rangka beribadah kepada Allah.

Menurut definisi bisnis Islam, yang didefinisikan sebagai organisasi atau individu yang menciptakan bisnis yang dijalankan sesuai dengan hukum Islam, maka tujuan bisnis adalah untuk memuaskan Allah dan memenuhi amanahnya dalam rangka beribadah kepada Allah. Oleh karena itu, tujuan sejati dari menjalankan bisnis adalah untuk beribadah kepada Allah, menerima berkah-Nya, dan merasakan keridhaan-Nya. Pada saat yang sama, manusia harus bertanggung jawab atas semua transaksi bisnis di hadapan Allah.

C. Pelanggaran dalam Bisnis (Praktik Mal Bisnis)

Meskipun Islam mengakui kebebasan ekonomi, Islam tidak mengizinkannya tumbuh tanpa kendali, tidak seperti ekonomi kapitalis. Islam menempatkan nilai yang tinggi pada moralitas dan etika di tempat kerja. Bisnis apa pun yang mengabaikan prinsip-prinsip moral dilarang oleh Islam. Praktik bisnis yang buruk atau tidak etis adalah praktik bisnis yang mengabaikan etika dan standar. Bisnis yang buruk didefinisikan sebagai bisnis apa pun yang tidak etis, buruk, atau merugikan orang lain. Hal ini termasuk tindakan yang melanggar hukum, yang juga dikenal sebagai pelanggaran bisnis atau kejahatan bisnis. Kejahatan bisnis adalah tindakan keji yang dilakukan oleh pemilik bisnis atau karyawan untuk membantu atau merugikan orang lain. Berikut adalah beberapa contoh praktik mal bisnis :

1. Riba

Secara etimologis, riba merupakan ziyadah (tambah) dan nami (tumbuh). Sedangkan secara epistemologis, riba adalah suatu kelebihan yang disengaja dari modal pokok. Keadilan ditunjukkan dengan pelarangan riba. Allah dan Rasul-Nya memerangi riba, menurut Al-Qur'an. Oleh karena itu, ketahuilah bahwa Allah dan Rasul-Nya akan menentang Anda jika Anda memilih untuk tidak melakukannya. Anda tidak melakukan kesalahan dan tidak pula dianiaya, dan substansi harta Anda akan menjadi milik Anda jika Anda bertobat.

2. Suap

Penyuapan adalah praktik menawarkan sesuatu kepada seseorang dengan harapan mereka akan melanggar hukum untuk memenuhi permintaan penyuap.

3. Mengurangi Timbangan

Kesempurnaan timbangan dan ukuran adalah salah satu cermin kebenaran. Sebagaimana yang sering disebutkan dalam Al Qur'an "Dan Sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya". Imam AL-Qurthubi menyatakan bahwa memanipulasi timbangan, mengurangi timbangan, atau membuat cacat pada produk adalah praktik yang berbahaya. Menurut ajaran para Rasul semua ini adalah contoh konsumsi yang tidak tepat atas kekayaan manusia, yang dilarang dalam masyarakat historis dan kontemporer.

4. Jual Beli Gharar

Bisnis gharar didefinisikan sebagai penjualan atau pembelian yang tidak sesuai dengan ketentuan perjanjian dan tidak dapat diandalkan seperti kondisi barang, harga, dan waktu pengiriman semuanya tidak diketahui. Akibatnya, para pihak dalam transaksi tidak mengetahui sejauh mana hak yang diperoleh .

5. Menimbun Barang

Penimbunan adalah tindakan mengumpulkan barang-barang tertentu secara sengaja hingga batas waktu tertentu, saat harga barang tersebut diperkirakan akan tinggi. Dalam bahasa Arab, penimbunan disebut sebagai ihtikar, yang sama dengan istabadda, yang berarti bertindak tanpa alasan. Di sini, penimbunan mengacu pada penyimpanan, pembekuan, dan pengeluaran barang dari pasar. Penimbunan kekayaan sangat berbahaya bagi ekonomi dan moral.

6. Penipuan (al-Ghabn dan Tadlis)

Al-Ghabn, sinonim dari Al-Khada, yang berarti penipuan. Membeli sesuatu dengan harga yang lebih tinggi atau yang lebih rendah dari harga yang berlaku dikenal sebagai ghabn. Kecurangan adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan penipuan ghabn ini ketika mencapai tingkat yang serius. Sebaliknya, penipuan tadlis adalah praktik menyesatkan pembeli dan penjual dengan menyembunyikan kesalahan yang dibuat selama transaksi.

D. Konsep Halal dan Haram dalam Produk dan Transaksi

Halal dalam Islam merujuk pada sesuatu yang diizinkan oleh syariat, sedangkan haram merujuk pada sesuatu yang dilarang dan tidak diperbolehkan (Amilatus Nafisah, 2024). Lebih jauh , perilaku dan aktivitas ekonomi , atau muamalah, seperti jual beli , sewa , praktik riba , dan aktivitas serupa lainnya , juga diklasifikasikan sebagai halal atau haram . Misalnya , seorang Muslim harus memastikan bahwa produk yang dijual adalah halal dan tidak ada aktivitas ilegal , seperti penipuan atau penimbunan , yang terlibat dalam proses transaksi . Perjudian melalui taruhan . Islam melarang riba , atau bunga yang dibayarkan atas pinjaman , karena dianggap merugikan dan mengeksploitasi peminjam .

Dalam konteks produksi , konsep halal menjadi kendala bagi kemampuan produsen untuk mengeluarkan atau memproduksi barang dan jasa . Penggunaan bahan haram atau kotor , serta kegiatan tidak etis seperti eksploitasi tenaga kerja atau pencemaran lingkungan , diharapkan dapat dihindari oleh produsen Muslim . Selain itu , mereka diharapkan untuk menahan diri dari penggunaan riba untuk membiayai produksi , serta dari terlibat dalam spekulasi dan kegiatan pasar gelap yang dapat membahayakan stabilitas ekonomi . Dengan demikian , ajaran Islam tentang halal dan haram menawarkan pedoman menyeluruh untuk melakukan kegiatan ekonomi selain membantu orang dalam memilih makanan dan minuman yang sesuai dengan syariah .

Dalam jual beli, ada beberapa kaidah yang harus diikuti agar transaksi tersebut menjadi halal:

a. Tidak Mengandung Unsur Penipuan:

Setiap transaksi harus jujur dan bebas dari penipuan. Penjual harus memberikan informasi yang benar tentang produk yang mereka jual, dan pembeli harus membayar dengan harga yang wajar.

b. Tidak Mengandung Unsur Riba:

Riba adalah pengambilan keuntungan yang tidak adil, dan tidak boleh ada dalam transaksi. Penjual tidak boleh membebani pembeli dengan biaya yang berlebihan.

c. Barang harus jelas :

Barang yang diperjualbelikan harus jelas , tidak boleh ada keraguan mengenai kuantitas atau kualitasnya . Informasi yang akurat tentang barang yang dijual harus diberikan oleh penjual .

1. Teori Kosmetik Ilegal

A. Pengertian Kosmetik Ilegal

Kosmetik ilegal didefinisikan sebagai kosmetik yang mengandung komponen kimia dan pewarna yang dilarang untuk digunakan sesuai dengan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 1998 tentang bahan, pewarna, pengawet, dan tabir surya. Produk yang tidak sesuai dengan peraturan kefarmasian dan kosmetika dianggap sebagai kosmetik ilegal, sesuai dengan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 72 Tahun 1998. Kosmetik tanpa izin edar (TIE) dan kosmetik palsu adalah dua kategori kosmetik ilegal. Menurut Ordi Dwi Sampurna, Kepala Bidang Pengawasan Obat Tradisional, Kosmetik, dan Produk Komplemen BPOM. Kosmetik palsu adalah kosmetik yang sudah beredar di pasaran namun belum mendapatkan izin edar dari BPOM. Kosmetik imitasi dan kosmetik palsu adalah sama. Imitasi dari produk asli yang mengandung bahan dan memiliki izin edar yang melanggar hukum dikenal sebagai kosmetik palsu. Bahan-bahan terlarang ini dapat menimbulkan efek negatif bagi kesehatan.

B. Karakteristik Kosmetik Ilegal

a. Beraroma logam

Arsenik, kobalt, berilium, kadmium, nikel, merkuri, dan krom sering ditemukan dalam kosmetik ilegal. Bahan-bahan kimia berbahaya ini berpotensi menghasilkan karsinogen, yang berdampak buruk bagi tubuh secara keseluruhan, selain kulit wajah.

b. Harga jauh di bawah pasaran

Tidak mengherankan jika produk akhirnya adalah kosmetik ilegal berkualitas tinggi dengan harga yang terjangkau, karena harganya jauh di bawah harga pasar akibat produksi yang asal-asalan. Sering ditemukan di toko-toko dan online, kosmetik palsu ditawarkan dengan harga murah untuk menarik pelanggan yang tidak menyadari manfaat sebenarnya.

c. Muncul reaksi berbahaya pada tubuh

Kosmetik ilegal, yang tidak diragukan lagi palsu atau tiruan, biasanya dapat menyebabkan reaksi negatif jangka pendek dan jangka panjang pada tubuh, mulai dari keracunan hingga dermatitis dan alergi. Produk palsu dapat berupa bedak, lipstik, bantal, masker, krim malam, dan lainnya.

d. Tidak memiliki izin BPOM

Terlepas dari kenyataan bahwa kemasan kosmetik palsu sering kali terlihat seperti aslinya, ternyata tidak ada kegiatan produksi atau pengemasan yang melibatkan kosmetik palsu yang memiliki izin produksi dan distribusi dari BPOM RI.

C. Bahaya dan dampak negatif kosmetik ilegal bagi kesehatan

Penggunaan kosmetik ilegal dapat menyebabkan berbagai masalah kesehatan serius. Beberapa dampak negatifnya antara lain:

a. Iritasi

Salah satu bahan dalam kosmetik yang bertindak sebagai iritan adalah penyebab reaksi yang terjadi ketika produk pertama kali digunakan; misalnya, kosmetik yang mengandung merkuri dapat menyebabkan iritasi dari waktu ke waktu.

b. Alergi

Banyak aplikasi kosmetik yang menyebabkan reaksi ini, tetapi alergi mungkin tidak muncul selama berbulan-bulan atau bahkan bertahun-tahun. Hal ini karena bahan-bahan tertentu dalam kosmetik dapat menyebabkan alergi pada beberapa orang, tetapi tidak pada orang lain. Sebagai contoh, lipstik dan parfum dapat menyebabkan reaksi alergi pada beberapa orang.

c. Jerawat (acne)

Kosmetik penyebab jerawat dikenal sebagai kosmetik acnegenik, dan biasanya ditemukan dalam bentuk lotion dan pelembap berminyak dan lengket yang dirancang untuk kulit kering dimusim dingin, seperti di Eropa. Orang yang tinggal di daerah beriklim tropis sebaiknya tidak menggunakan kosmetik ini karena menyebabkan timbulnya jerawat.

d. Intoksikasi

Intoksikasi atau keracunan dapat diserap melalui kulit atau terhirup melalui mulut dan hidung, terutama jika beberapa atau semua bahan yang digunakan dalam kosmetik beracun. Misalnya, sebagian besar kosmetik impor yang mengandung merkuri, dan beberapa parfum juga dapat menyebabkan intoksikasi.

e. Penyumbatan Fisik

Beberapa kosmetik, seperti losion dan alas bedak, mengandung bahan berminyak dan lengket yang secara fisik dapat menyumbat pori-pori di kulit atau pori-pori kecil di bagian tubuh lainnya.

f. Pigmented Cosmetic Dermatitis

Kondisi yang menyebabkan kulit gatal ini mirip dengan melanositosis. Kondisi ini disebabkan oleh kontak kulit dengan pewarna yang menyerupai batu bara, terutama phenylazonaphthol dan Brilliant Lake Red.

D. Regulasi dan pengawasan kosmetik di Indonesia

Berdasarkan Pasal 3 Nomor 26 tahun 2017 tentang Organisasi dan tata Kerja Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), yang mencakup pengawasan produk kosmetik selain distribusi obat dan makanan sebagai berikut:

1. Menyusun kebijakan pengawasan obat dan makanan nasional.
2. Melaksanakan kebijakan pengawasan obat dan makanan nasional.
3. Menyusun dan menerapkan standar, norma, prosedur, dan kriteria pengawasan pra-komersial dan komersial.
4. Melaksanakan pengawasan prapenjualan dan penjualan
5. Melaksanakan kerjasama dengan instansi pemerintah pusat dan pemerintah daerah dalam rangka koordinasi pelaksanaan pengawasan obat dan makanan.
6. Memberikan bimbingan teknis dan supervise dibidang pengawasan obat dan makanan.
7. Mengawasi pelaksanaan tugas, memberikan arahan dan membantu tugas-tugas administratif bagi seluruh komponen organisasi di lingkungan BPOM. Hal ini memungkinkan konsumen untuk membeli kosmetik hanya dengan beberapa klik saja.
8. BPOM bertanggung jawab atas pengelolaan barang milik/kekayaan negara.
9. Mengawasi pelaksanaan tugas BPOM.
10. Memberikan bantuan substansial kepada setiap departemen di dalam BPOM.

3. Studi Kasus

BPOM mengungkapkan peredaran kosmetik ilegal yang sempat viral di Media social. Dalam operasi pengawasan di awal tahun 2025, BPOM menemukan 91 produk kosmetik ilegal yang beredar luas di pasaran. Produk-produk tersebut ditemukan mengandung bahan berbahaya yang dapat menimbulkan risiko kesehatan bagi konsumen.

Kosmetik ilegal ini menjadi perhatian besar karena banyak dipromosikan di media sosial. Hal ini kemudian menarik minat dari masyarakat untuk membelinya. Usai investigasi, produk-produk itu ternyata tidak memenuhi standar mutu dan keamanan serta kualitas BPOM. Bahkan sejumlah di antara mereka mengandung zat berbahaya seperti hidrokuinon, merkuri, serta pewarna sintesis yang digunakan dalam kosmetik.

BPOM mengambil tindakan tegas dengan menarik produk itu dari pasar serta memberikan sanksi pada pihak yang terlibat dalam peredaran kosmetik ilegal ini. Masyarakat juga dihimbau oleh BPOM untuk lebih memperhatikan kosmetik yang tidak memiliki izin resmi serta memastikan pembelian kosmetik dari sumber yang terpercaya.

Kasus ini menjadi suatu pengingat yang penting bagi para konsumen. Konsumen harus selalu memeriksakan legalitas serta keamanan produk sebelum digunakan, terutama karena promosi dari kosmetik marak pada media sosial.

4. Analisis Pelanggaran Etika Bisnis Islam

a. Pelanggaran Prinsip Kejujuran

Menjual kosmetik ilegal tanpa mencantumkan isi kandungan dan izin edarnya merupakan perbuatan yang bertentangan dengan etika bisnis. Kejujuran merupakan landasan bisnis dalam Islam. Penjual dan produsen dituntut untuk jujur mengenai fitur dan keunggulan barang mereka. Akan tetapi, dalam hal ini, banyak produk yang tidak jujur mengenai kandungan dan risiko terkaitnya, yang merugikan konsumen.

b. Pelanggaran Prinsip Tanggung Jawab

Produsen dan penjual kosmetik ilegal tidak bertanggung jawab atas bahaya kesehatan yang disebabkan oleh produk mereka. Dalam etika bisnis Islam, semua pelaku bisnis bertanggung jawab atas dampak produk dan layanan mereka terhadap masyarakat. Namun dalam hal ini, banyak produsen yang lebih mengutamakan keuntungan daripada keselamatan pelanggan dan tidak memperhitungkan dampak buruk dari produk mereka.

c. Praktik Gharar (Ketidakjelasan)

Ketidakjelasan isi dan kegunaan suatu produk dapat menimbulkan ambiguitas yang merugikan konsumen. Praktik gharar dilarang dalam Islam karena dapat menimbulkan kerugian bagi salah satu pihak. Ketidakjelasan ini menghalangi konsumen dalam mengambil keputusan yang tepat dan dapat menimbulkan kerugian jika menyangkut kosmetik ilegal.

5. Dampak Peredaran Kosmetik Ilegal.

a. Dampak bagi Kesehatan Konsumen

Produk kosmetik ilegal dapat menyebabkan berbagai masalah kesehatan, termasuk iritasi kulit, kerusakan jaringan, dan gangguan hormon. Kandungan merkuri dan hidroquinon yang berbahaya dapat menyebabkan efek samping yang serius dan berkepanjangan. Selain itu, penggunaan produk ilegal juga dapat memicu reaksi alergi yang parah dan bahkan kanker.

b. Dampak bagi Masyarakat

Peredaran kosmetik ilegal merusak kepercayaan masyarakat terhadap industri kosmetik secara keseluruhan. Hal ini juga mempengaruhi perekonomian negara karena produk ilegal menghindari pajak dan tidak memberikan kontribusi pada pendapatan negara. Selain itu, peredaran produk ilegal juga menciptakan ketidakadilan bagi produsen yang mematuhi regulasi dan beroperasi secara legal.

6. Solusi Berdasarkan Perspektif Etika Bisnis Islam

a. Memperkuat Penegakan Hukum dan Pengawasan

Untuk memerangi peredaran kosmetik ilegal, pemerintah perlu memperkuat pengawasan dan penegakan hukum. Memperkuat sistem pengawasan pasar, meningkatkan hukuman bagi perusahaan yang melanggar hukum, dan memperluas kerja sama dengan organisasi internasional untuk mengawasi barang impor adalah beberapa cara untuk mencapai hal ini.

b. Peningkatan Edukasi dan Kesadaran Konsumen

Masyarakat perlu diberi edukasi tentang bahaya kosmetik ilegal dan pentingnya memilih produk yang terdaftar di BPOM. Edukasi ini dapat dilakukan melalui kampanye publik, seminar, dan media sosial. Dengan meningkatkan kesadaran konsumen, diharapkan masyarakat dapat membuat pilihan yang lebih bijak dan aman dalam memilih produk kosmetik.

c. Pengembangan Bisnis Kosmetik Berbasis Syariah

Mengembangkan bisnis kosmetik yang berlandaskan pada prinsip syariah dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan mempromosikan praktik bisnis yang etis dan berpegangan pada prinsip kejujuran, tanggung jawab, dan transparansi. Dengan demikian, konsumen dapat merasa aman dan percaya diri ketika menggunakan produk kosmetik yang sesuai dengan prinsip Islam.

d. Peran Pemerintah dan Lembaga Keuangan Syariah

Pemerintah dan lembaga keuangan syariah dapat mendukung pertumbuhan bisnis kosmetik berbasis syariah melalui pendanaan dan regulasi yang mendukung. Pemerintah dapat memberikan insentif bagi perusahaan yang mematuhi prinsip syariah, seperti kemudahan akses kredit atau pajak yang lebih rendah. Sementara itu, lembaga keuangan syariah dapat menyediakan dana yang sesuai dengan prinsip syariah untuk mendukung pengembangan bisnis kosmetik yang etis dan aman bagi konsumen.

KESIMPULAN

Salah satu contoh pelanggaran etika bisnis Islam adalah peredaran kosmetik ilegal di Indonesia. Selain merugikan konsumen, kosmetik ilegal ini juga berdampak buruk bagi industri kosmetik secara keseluruhan. Banyak kosmetik ilegal yang beredar di pasaran dibuat dengan bahan-bahan berbahaya dan tidak sesuai dengan peraturan keamanan FDA. Menjual kosmetik ilegal bertentangan dengan etika bisnis Islam yang meliputi tanggung jawab, kejujuran, dan perlindungan konsumen. Selain itu, penyebab utama dari masalah ini adalah kurangnya pengawasan pemerintah dan rendahnya kesadaran masyarakat.

Dampak negatif dari peredaran kosmetik ilegal tidak hanya dirasakan oleh konsumen yang mengalami masalah kesehatan, tetapi juga merusak kepercayaan masyarakat terhadap industri kosmetik yang legal dan beretika. Oleh karena itu, penting untuk menerapkan solusi yang berdasarkan pada etika bisnis Islam untuk mengatasi masalah ini

DAFTAR PUSTAKA

Gunawan Widjajadan Ahmad Yani, Hukum Perlindungan Konsumen, (Jakarta:PT. Gramedia Pustaka Utama), h.12

Ahmad Warson Munawwir, Kamus Al Munawwir (Yogyakarta: PP Krapyak Yogyakarta, 1984) Hal 504-505

Taquyyudin an-Nabhani, Membangun Sistem Ekonomi Alternatif Islam, (Surabaya: Risalah Gusti, 1996), Hal. 209

Haryanti, Tinjauan Yuridis Terhadap penjualan Kosmetik ilegal Ditinjau dari Undang-undang Nomor 36 Tahun 2009 Tentang Kesehatan, Jurnal Ilmu Hukum, Vol. 7, No.6, 2019

Anak Agung Istri Mira Diamanda Putra dan Anak Agung Gede Oka Parwata, Perlindungan Hukum bagi Konsumen yang Menggunakan Produk Kosmetik Palsu, Jurnal Kertha Semaya, Vol8 No. 6, 2020, 909-921.

Dhesta Alfianti, Jangan Sampai Terjebak, Waspada! ciri-ciri Kosmetik Ilegal (Jakarta Pusat, PT Kimia Farma Trading & Distribution, 2022)

Yefta Christopherus Asia Sanjaya, BPOM Temukan 91 Kosmetik Ilegal yang Viral di Media Sosial (Kompas.com, 2025)

Ricka Milla Suatin, 5 Tanda dan Dampak Kosmetik Ilegal yang Kembali Marak di Indonesia, Wajib Diperhatikan! (liputan6.com, 2024)

Anastasia Trifena, Kenali Ciri dan Dampak Kosmetik Ilegal yang Marak Kembali di Indonesia (Jakarta, fimela.com, 2024)

Rachmawati, EDUKASI TERKAIT KEAMANAN KOSMETIK KEPADA MASYARAKAT (Jakarta, Mitra Mas: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat Volume 01-Issue 02 Juli 2023)

Nazla Nurizal, KELAYAKAN KONSEP HALAL DALAM BRAND KECANTIKAN WARDAH MELALUI PERSPEKTIF BISNIS ISLAM (Medan, Neraca Manajemen, Ekonomi Vol 14 No 8 Tahun 2025)