

**KEWAJIBAN PELAKU USAHA DALAM JUAL BELI
PRODUK DAPUR ALUMINIUM PERSPEKTIF UU NO 8
TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN
DAN ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi Di UD. Tepat Guna Desa Suci Kecamatan Panti
Kabupaten Jember)**

SKRIPSI

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Islam Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Hukum (S.H)
Fakultas Syariah
Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)



Oleh :

IRFAN SUCAHYA
NIM. 083 142 094

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS SYARIAH
2019**

**KEWAJIBAN PELAKU USAHA DALAM JUAL BELI
PRODUK DAPUR ALUMINIUM PERSPEKTIF UU NO 8
TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN
DAN ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi Di UD. Tepat Guna Desa Suci Kecamatan Panti
Kabupaten Jember)**

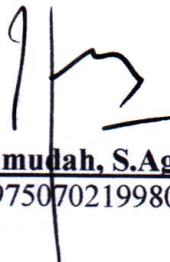
SKRIPSI

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Islam Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Hukum (S.H)
Fakultas Syariah
Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)

Oleh :

IRFAN SUCAHYA
NIM. 083 142 094

Disetujui Pembimbing



Hj. Mahmudah, S.Ag., M.E.I
NIP : 197507021998032002

**KEWAJIBAN PELAKU USAHA DALAM JUAL BELI
PRODUK DAPUR ALUMINIUM PERSPEKTIF UU NO 8
TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN
DAN ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi Di UD. Tepat Guna Desa Suci Kecamatan Panti
Kabupaten Jember)**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H)
Fakultas Syariah Jurusan Hukum Ekonomi
Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)

Hari : jum'at

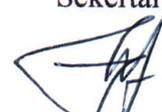
Tanggal : 15 november 2019

Tim Penguji

Ketua

Sekertaris


Abdul Wahab, M.HI
NIP. 198401122015031003


M. Khoirul Hadi Al – Asy'ari, M. HI
NIP. 201603102

Anggota :

1. Dr. Muhammad Faisol, S.S.,M.Ag ()

2. Hj. Mahmudah, M.Ei ()

Menyetujui

Dekan Fakultas Syariah




Prof. Dr. Muhammad Noor Harisudin, M.FIL,i
NIP. 1978092520051 1 002

MOTTO

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. * (QS. An-Nisa': 29)

* Al-Qur'an. An-Nisa': 29

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah kupersembahkan kepada ALLAH SWT atas rahmat dan hidayahNya, sehingga di berikan kesempatan untuk menyelesaikan tugas akhir dengan segala kekuranganku. Syukur ku ucapkan kepada-MU karena telah menghadirkan mereka yang selalu memberi semangat dan Do'a disaat aku tertatih, karena-Mu lah mereka ada, dan karena-Mu Tugas akhir ini terselesaikan. Segala puji bagi-Mu ya Allah, engkau memberiku kesempatan di penghujung awal perjuanganku ini. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya, adik saya Gilang Ramadhan yang senantiasa selalu mendo'akan saya dan memotivasi saya dengan ikhlas, memberikan dukungan materiel dan moril. Terima kasih atas curahan yang tak terhingga sampai pada tahap ini, mohon maaf yang tak terhingga ku ucapkan bila putramu selalu mengeluh dan membuatmu gelisah.
2. Guru saya mulai dari pendidikan taman kanak kanak hingga perguruan tinggi baik guru formal maupun informal semuanya terima kasih yang tak terhingga atas didiknya karena tanpa perjuanganmu tidak akan sampai pada tahap ini, mohon maaf jika muridmu yang banyak kekurangan ini belum bisa membalas kebaikanmu.
3. The best partner Dwi Wulan Agustin yang selalu memberikan semangat dan dukungan untuk menyelesaikan tugas akhir.

KATA PENGANTAR

الرَّحِيمِ الرَّحْمَنِ اللَّهُ بِسْمِ

Alhamdulillah, segala puji syukur kepada Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Kewajiban Pelaku Usaha Dalam Jual Beli Produk Dapur Aluminium Perspektif UU No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Etika Bisnis Islam”**.

Sholawat serta salam yang tetap tercurahkan kepada junjungan Nabi kita Muhammad Saw, yang dengan jiwa sucinya penuh pengorbanan dan keiklasan telah membimbing dan menuntun umatnya ke jalan penuh dengan cahaya yang di ridhoi oleh Allah SWT.

Dalam penulisan skripsi ini penulis telah banyak mendapatkan bantuan dan masukan dari berbagai pihak. Untuk itu dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih yang sedalam-dalamnya serta penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E., MM. selaku Rektor IAIN Jember.
2. Bapak Prof. Dr. Muhammad Noor Harisudin, M.Fil.I selaku Dekan Fakultas Syariah IAIN Jember.
3. Bapak Dr. Muhammad Faisol, M.Ag selaku wakil dekan I Fakultas Syariah IAIN Jember.
4. Ibu Dr. Sri Lumatus Sa'adah, M.H.I selaku Wakil Dekan II Fakultas Syariah IAIN Jember
5. Bapak Martoyo, S.H.I, MH selaku wakil dekan III Fakultas Syariah IAIN Jember
6. Ibunda Hj. Mahmudah, S.Ag., M.E.I selaku pembimbing skripsi yang telah sabar dan telaten meluangkan waktu memberikan bimbingan dan pengarahan.
7. Segenap Bapak dan Ibu Dosen IAIN Jember wabil khusus Dosen Fakultas Syariah yang sudah mendidik dan memberikan ilmunya kepada penulis, semoga ilmu yang diberikan manfaat dan barokah.

8. Segenap civitas Akademika IAIN Jember yang turut membantu kelancaran penyusunan skripsi ini.
9. Bapak H. SANUSI selaku pemilik UD. TEPAT GUNA
10. Segenap saudara/I, kakanda dan ayunda di keluarga besar Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) IAIN Jember yang tiada hentinya memberikan support dan pendidikan informal untuk terus melangkah.
11. Segenap Dirut. CV. Fanz Putra Mandiri, Direktur Malik Agro Profit, Direktur Fuja Central Protein. Tbk, Direktur Ramadhan Jember Pos, Direktur Jawa Swakarya Insan Mandiri, Direktur Zaini Energi Nusantara, dan Direktur Riski Jaya Marketing & Packing. Yang selalu memberikan motivasi dalam perjuangan untuk maju dan meraih sukses bersama.
12. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Teriring doa semoga amal yang telah kita lakukan menjadi amal yang tiada putus pahalanya, dan bermanfaat untuk kita baik di dunia maupun di akhirat. Walaupun telah dengan segenap kemampuan, namun penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena keterbatasan ilmu. Perlu kiranya adanya koreksi, saran dan kritikan yang konstruktif dari seluruh pembaca yang penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat menjadi sumber informasi yang bermanfaat bagi semua pihak.

Jember, 15 November 2019

Penulis

ABSTRAK

Irfan Sucahya, 2019: *Kewajiban Pelaku Usaha Dalam Jual Beli Poduk Dapur Aluminium di UD.Tepat Guna Perspektif UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Etika Bisnis Islam*

Kewajiban pelaku usaha bukan hanya terpaku pada hukum positif saja melainkan bisa di kaji melalui hukum islam yang menimbulkan akibat konsepsi mengenai kebutuhan perlindungan konsumen. Perlindungan konsumen adalah sebagai upaya pemenuhan dan pemberian bantuan perlindungan hukum terhadap konsumen. UU No.8 Tahun 1999 Tentang perlindungan konsumen dan etika bisnis islam seharusnya menjadi pedoman bagi pelaku usaha yang ada di UD. Tepat Guna agar produk yang di hasilkan sesuai dengan hukum yang berlaku. Maka dengan ini peneliti sangat tertarik untuk meneliti sebagai tambahan keilmuan terhadap aspek perlindungan hukum.

Fokus penelitian dari skripsi ini adalah: 1) Bagaimana kewajiban pelaku usaha dalam jual beli produk dapur aluminium perspektif UU NO 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen? 2) Bagaimana kewajiban pelaku usaha dalam jual beli produk dapur aluminium perspektif etika bisnis islam ?

Tujuan dari penelitian skripsi ini adalah : 1) Untuk menjelaskan kewajiban pelaku usaha dalam jual beli produk dapur aluminium perspektif UU NO 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen di UD. Tepat Guna Desa Suci. 2) Untuk menjelaskan kewajiban pelaku usaha dalam jual beli produk dapur aluminium perspektif etika bisnis islam di UD. Tepat Guna.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif analisis deskriptif datanya yaitu mendeskripsikan objek dalam bentuk narasi yang di dapat dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi, pemeriksaan keabsahan data dilakukan dengan triangulasi sumber data.

Hasil dari peneliti memperoleh beberapa kesimpulan: 1) Di lihat dari segi kewajiban pelaku usaha di UD. Tepat Guna bahwasanya produk barang yang di hasilkan tidak ada sesuatu yang menerangkan mengenai komposisi barang yang di hasilkan pelaku usaha tersebut, sedangkan bahan yang di gunakan terdiri dari berbagi macam tingkat kualitas. Hal ini tentunya bertentangan dengan UU No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang ada di pasal 7 yang isinya antara lain beriktikad baik memberi informasi yang jelas, dan jujur 2). Di lihat dari segi etika bisnis Islam dapat di ambil kesimpulan bahwasanya di dalam produk yang di hasilkan UD. Tepat Guna tidak adanya suatu keterangan yang menerangkan terkait komposisi barang, hal ini bertentangan dengan prinsip dasar etika bisnis islam, Seharusnya pelaku usaha memberikan keterangan mengenai produk barang yang di hasilkan agar sesuai dengan norma dalam etika bisnis Islam.

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Definisi Istilah.....	9
F. Sistematika Pembahasan	14
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	17
A. Penelitian Terdahulu	17
B. Kajian Teori	28
1. Kewajiban Pelaku Usaha Perspektif UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.....	28
a. Pengertian Pelaku Usaha.....	28
b. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha	29
c. Pengertian Perlindungan Konsumen	30
d. Tujuan Perlindungan Konsumen.....	36
e. Bentuk Perlindungan Konsumen.....	39
2. Kewajiban Pelaku Usaha Perspektif Etika Bisnis Islam	45
a. Kewajiban Pelaku Usaha	45
b. Pengertian Etika Bisnis Islam.....	46

c. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam.....	49
d. Norma Dalam Etika Bisnis.....	54
e. Perilaku Bisnis yang Terlarang.....	58
BAB III METODE PENELITIAN	61
A. Pendekan dan Jenis Penelitian	61
B. Lokasi Penelitian.....	62
C. Subjek Penelitian.....	63
1. Data Primer	63
2. Data Sekunder	63
D. Teknik Pengumpulan Data.....	64
1. Metode Observasi	64
2. Metode Wawancara.....	64
3. Metode Dokumentasi	65
E. Analisis Data	65
F. Keabsahan Data.....	65
G. Tahap-Tahap Penelitian	66
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA.....	68
A. Gambaran Obyek Penelitian	68
1. Sejarah UD. Tepat Guna	68
2. Letak Geografis.....	68
B. Penyajian Data dan Analisis	69
1. Kewajiban Pelaku Usaha Dalam Jual Beli Produk Dapur Aluminium Perspektif UU NO 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen	69
2. Kewajiban Pelaku Usaha Dalam Jual Beli Produk Dapur Aluminium Perspektif Etika Bisnis Islam.....	90
C. Pembahasan Temuan.....	97
1. Kewajiban Pelaku Usaha Dalam Jual Beli Produk Dapur Aluminium Perspektif UU NO 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen	970
2. Kewajiban Pelaku Usaha Dalam Jual Beli Produk Dapur	

Aluminium Perspektif Etika Bisnis Islam.....	99
BAB V PENUTUP.....	102
A. Kesimpulan	102
B. Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pembangunan dan perkembangan perekonomian umumnya dan khususnya di bidang perindustrian dan perdagangan nasional telah menghasilkan berbagai variasi barang dan/jasa yang dapat di konsumsi. Di samping itu, globalisasi dan perdagangan bebas yang di dukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi dan informatika telah ruang gerak arus transaksi barang dan atau jasa melintas batas batas wilayah suatu negara, sehingga barang dan/atau jasa yang di tawarkan bervariasi baik produksi luar negeri maupun produksi dalam negeri. Kondisi yang demikian pada satu pihak mempunyai manfaat bagi konsumen karena kebutuhan konsumen akan barang dan/atau jasa yang di inginkan dapat terpenuhi serta semakin terbuka lebar kebebasan untuk memilih aneka jenis dan kualitas barang dan/atau jasa sesuai dengan keinginan dan kemauan konsumen.

Kegiatan usaha yang sehat dalam Islam memang sangat dianjurkan. Hal itu terbukti dengan bagaimana cara-cara Rasulullah saw. berdagang di kota kelahirannya, dengan sifat jujur dalam menjalankan usaha perdagangan, sehingga dari sanalah akhirnya Islam menilai berdagang ataupun persaingan usaha tersebut bernilai ibadah, Rasulullah saw, memberikan apresiasi dalam kegiatan usaha dengan membentuk aturan, kaidah ataupun batasan yang harus diperhatikan dalam dunia bisnis. Pedoman kegiatan usaha di atas tentunya

harus dipegang teguh oleh para pengusaha terutama para pengusaha muslim yang sudah banyak mengetahui sifat Rasulullah SAW. Ragam industri, mulai dari perusahaan besar, perusahaan kecil, usaha keluarga dan usaha pribadi.

Di Indonesia khususnya dalam bidang bisnis, sering terjadi persaingan antara produsen (pelaku usaha) dan produsen (pelaku usaha) lainnya, yang mana dalam menarik konsumen atau keuntungan para pelaku usaha sering memakai berbagai cara yang tidak sesuai dengan peraturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Adanya tindakan pelaku usaha semacam itu dapat mengakibatkan kerugian bagi masyarakat atau konsumen, dan dengan tindakan tersebut pula hak-hak konsumen tidak terlindungi.¹

Jual beli adalah menukar suatu barang dengan barang yang lain dengan cara yang tertentu. Pengertian jual beli dalam KUH Perdata pasal 1457 adalah suatu perjanjian di mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan sesuatu kebendaan, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang dijanjikan. Jual beli dapat juga disebut sebagai transaksi antara penjual dan pembeli dalam satu majelis di mana keduanya melakukan akad dan menimbulkan rasa suka sama suka atau saling rela sehingga terjadi kesepakatan antara keduanya.

Dalam Undang Undang Nomor 8 tahun 1999 Perlindungan Konsumen Pasal 8 disebutkan²:

¹ Davina M.P Ketaren, *Penyelesaian Perselisihan Premium Call Antara PT. TELKOM dan Konsumen Melalui Mediasi Oleh Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia*, (Depok : Program Magister Kenotariatan Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2007), 2.

²Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

1. Dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:
 - a. Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
 - b. Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
 - c. Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
 - d. Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
 - e. Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
 - f. Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
 - g. Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/ pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu.
 - h. Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku

usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat;

- i. Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan.

Berdasarkan Pasal 8 ayat 1 (e) telah disebutkan bahwasanya dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut, hal ini bertentangan dengan peristiwa yang terjadi di pada salah satu industri yang ada Kabupaten Jember.

Di Kabupaten Jember terdapat industri penghasil alat dapur yang berbahan aluminium. Salah satu wilayah yang terkenal akan industri alat dapur yaitu Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember. Desa Suci dikenal sebagai desa yang sebagian penduduknya bekerja sebagai pengrajin alat dapur. Usaha-usaha yang didirikan merupakan usaha pribadi atau yang biasa dikenal dengan Home Industri Produk Dapur. Home industri yang terletak di Desa Suci Kecamatan panti sudah lama berkecimpung dalam dunia alat dapur. Produk-produk yang dihasilkan antarlain dandang, oven, langseng, sutil, irus, panci, dll³.

Permasalahan mengenai perlindungan konsumen pada perkembangannya belum dapat teratasi namun justru permasalahan tersebut semakin meningkat. Hal ini dapat disebabkan dari berbagai faktor, baik faktor internal maupun faktor eksternal. Faktor eksternal salah satunya adalah

³Abdullah, "Alat Dapur Jember", <http://alatdapurjember.blogspot.com/>, (18 November 2018)

pengaruh globalisasi yang menyebabkan konsumen diberikan banyak pilihan dan pelaku usaha semakin dipacu untuk memproduksi barang atau jasa yang sesuai kebutuhan dan diminati oleh masyarakat namun tanpa memperhatikan kualitas bahan produksi karena peralatan yang di gunakan untuk membuat alat dapur sangat sederhana, bahanya pun (aluminium) bermacam macam dari kualitas A B C D sampai D (A= ketebalan 1 mili, B= ketebelan 0,9, C= ketebalan 0,8 mili, D= ketebalan 0,7 dan seterusnya)

Hal tersebut mengakibatkan konsumen senantiasa berada dalam posisi lemah karena lemahnya pengetahuan tentang bahan aluminium dan pelaku usaha tidak memberikan keterangan mengenai komposisi bahan yang ada dalam produk tersebut sehingga konsumen di rugikan. Maka perlu adanya aturan yang dapat menjembatani kepentingan pelaku usaha dan kepentingan konsumen yang tidak merugikan salah satu pihak. Oleh karena itu ketentuan hukum di buat untuk melindungi konsumen agar dapat mencegah kerugian bagi konsumen Sedangkan faktor internal dari konsumen itu sendiri, yaitu kurangnya pengetahuan mengenai produk barang atau kualitas barang. Upaya perlindungan konsumen dalam hal ini berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang dimaksud dengan perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti ingin meneliti mengenai **“Kewajiban Pelaku Usaha Dalam Jual Beli Produk Dapur Aluminium Perspektif UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen**

dan Etika Bisnis Islam” (Studi Di UD. Tepat Guna Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember)

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka dapat di rumuskan permasalahannya sebagai berikut:

1. Bagaimana kewajiban pelaku usaha dalam jual beli produk dapur aluminium perspektif UU NO 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen?
2. Bagaimana kewajiban pelaku usaha dalam jual beli produk dapur aluminium perspektif etika bisnis islam ?

C. Tujuan Penelitian

Setelah menguraikan masalah masalah yang ada, maka suatu tujuan merupakan faktor yang sangat penting di dalam suatu penelitian. Adapun yang menjadi tujuan pembahasan dapat di uraikan sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan kewajiban pelaku usaha dalam jual beli produk dapur aluminium perspektif UU NO 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen di UD. Tepat Guna Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember.
2. Untuk mendeskripsikan kewajiban pelaku usaha dalam jual beli produk dapur aluminium perspektif etika bisnis islam di UD. Tepat Guna Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang akan di berikan setelah selesai melakukan penelitian. Manfaat tersebut bisa bersifat teoritis dan praktis berdasarkan tujuan penelitian diatas maka diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun manfaat secara praktis untuk semua pihak. Adapun manfaat yang diharapkan darpenelitian ini sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan bagi perkembangan ilmu hukum, khususnya kewajiban pelaku usaha yang berkaitan dengan jual beli produk dapur aluminium sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- b. Dapat bermanfaat bagi penelitian berikutnya yang sejenis, juga sebagai referensi penelitian berikutnya terkait tentang perlindungan konsumen.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi konsumen

Dapat memberikan gambaran dan pemahaman yang jelas mengenai kewajiban pelaku usaha dalam jual beli produk dapur dalam Undang-Undang No. 8 tahun 1999 Perlindungan Konsumen.

b. Bagi peneliti

Penelitian ini dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan memperluas wawasan bagi peneliti terkait dengan kewajiban pelaku usaha dalam jual beli produk dapur dalam Undang-Undang No. 8 tahun 1999 Perlindungan Konsumen. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat dijadikan kajian-kajian keilmuan lainnya serta dapat mengetahui secara terperinci khususnya mengenai kewajiban bagi pelaku usaha yang harus di penuhi.

c. Bagi Lembaga IAIN Jember

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu referensi kepustakaan yang memberikan kontribusi dalam kajian akademik terkait tentang kewajiban pelaku usaha dalam jual beli produk dapur dalam Undang-Undang No. 8 tahun 1999 Perlindungan Konsumen.

d. Bagi pelaku usaha

Dapat menambah pengetahuan tentang kewajiban pelaku usaha, serta informasi terhadap pelaku usaha yang baik menurut hukum yang berlaku di indonesia.

e. Bagi pembaca

Dapat menambah pengetahuan serta informasi tentang kewajiban pelaku usaha yang sesuai dengan hukum yang berlaku di indonesia.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah ini berisi tentang pengertian dari istilah-istilah penting yang menjadi pusat perhatian peneliti di dalam judul penelitian tersebut. Hal ini bertujuan agar tidak terjadi kesalahpahaman makna istilah yang dimaksudkan oleh peneliti karya tersebut. Berdasarkan fokus dan tujuan penelitian masalah di atas, maka definisi yang bisa dipahami dari konsep atau judul yang diajukan antara lain:

1. Kewajiban Pelaku Usaha

Setiap pelaku usaha harus bertanggung jawab atas produk yang dihasilkan atau diperdagangkan. Tanggung jawab produk timbul dikarenakan kerugian yang dialami konsumen sebagai akibat dari “produk yang cacat”, bisa dikarenakan kurang cermatan dalam memproduksi, tidak sesuai dengan yang diperjanjikan atau kesalahan yang dilakukan oleh pelaku usaha. Dengan kata lain, pelaku usaha ingkar janji atau melakukan perbuatan melawan hukum.⁴

Kewajiban yang harus dipenuhi atas diri pelaku usaha tertuang dalam pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 tahun 1999 adalah⁵:

- a. Beritikad baik dalam melakukan usahanya.

⁴ Gustin, “Hukum Perlindungan Konsumen”, <http://gustinkartikarachman.blogspot.com/p/hukum-perlindungan-konsumen.html> (20 November 2018).

⁵ Pasal 7 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.
- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan.
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- g. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

2. Produk Aluminium

Aluminium merupakan logam yang ringan dan mempunyai sifat-sifat yang baik, seperti tahan terhadap korosi, memiliki daya hantar listrik yang baik dan juga dapat dipadukan dengan banyak logam lainnya. Oleh sebab itu penggunaan Aluminium cukup banyak digunakan, antara lain sebagai peralatan-peralatan rumah tangga, bodi pesawat terbang, kapal laut,

mobil, konstruksi bangunan dan masih banyak lagi produk-produk yang terbuat dari Aluminium.⁶ Selain itu, Aluminium juga mudah dibentuk dan dapat di daur ulang. Mendaur ulang (Recycle) Aluminium bekas merupakan usaha yang sangat bermanfaat bagi lingkungan dan ekonomis karena energi yang diperlukan untuk memproduksi 1 (satu) ton Aluminium yang didaur ulang hanyalah kira-kira 5 (lima) persen banyaknya dari energi yang diperlukan untuk memproduksi unsurnya dari bijih.

3. Undang-Undang N0. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Karenanya bentuk perlindungan konsumen yang di berikan harus meliputi segala sesuatu yang memungkinkan konsumen tidak mengalami kerugian.

Perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional⁷, yaitu:

- a. Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamankan bahwa segala upaya dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan;
- b. Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada

⁶ Wahyudi, “ Pengertian Aluminium- Logam Aluminium”, <http://kusaluminiumset.blogspot.com/2015/05/pengertian-aluminium-logamaluminium.html> (13 November 2018).

⁷ Pasal 2 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil;

- c. Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil dan spiritual;
- d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan;
- e. Asas kepastian hukum dimaksudkan agar pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

4. Kewajiban Pelaku Usaha Dalam Jual Beli Alat dapur

Sebagaimana yang disebut didalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, bahwa setiap pelaku usaha harus memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen mengingat bahwa betapa pentingnya hak-hak konsumen, sehingga melahirkan persepsi bahwa hak-hak konsumen merupakan generasi keempat Hak Asasi Manusia yang merupakan kata kunci dalam konsepsi hak asasi dalam perkembangan umat manusia di masa yang akan datang.

Dalam hal ini pelaku usaha diwajibkan menerapkan hukum yang udah di atur dalam uu no 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dan juga etika bisnis islam, apabila di perhatikan dengan seksama, tampak bahwa hak

dan kewajiban pelaku usaha bertimbal balik dengan hak hak konsumen. Ini berarti hak bagi konsumen adalah kewajiban yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha, demikian pula dengan kewajiban konsumen merupakan hak yang akan di terima oleh pelaku usaha. Pelaku usaha dalam menjual produknya dapat melakukan tindakan yang merugikan konsumen. Oleh karena itu pelaku usaha dalam memasarkan produknya wajib memberikan informasi yang jelas, benar dan jujur.⁸

5. Etika Bisnis Islam

Etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti perangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus komitmen dalam bertransaksi, berperilaku, berelasi guna mencapai bisnisnya dengan ajaran agama islam. Selain itu etika bisnis juga dapat berarti pemikiran, atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis, yaitu refleksi tentang perbuatan baik, buruk, tercela, salah, wajar, pantas, tidak pantas dari perilaku seseorang dalam berbisnis atau bekerja⁹.

Bersama dengan semakin besarnya kesadaran etika dalam berbisnis, orang mulai menekankan pentingnya keterkaitan faktor-faktor etika dalam bisnis. Sesungguhnya dalam hal seluruh pelaksanaan kehidupan telah di atur dalam pandangan ajaran Agama Islam untuk mengatur seluruh kehidupan manusia termasuk dalam kaitannya pelaksanaan perekonomian dan bisnis.

⁸ Yogi Rachman, "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Kepada Pembeli Melalui Media Online Menurut UU No 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik Pada Toko Online Rina Kosmetik", (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Riau, Pekanbaru, 2016), 3.

⁹ Ketut Rindjin, "Etika Bisnis dan Implementasinya", 2008, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, hlm. 92.

Dalam ajaran Islam memberikan kewajiban bagi setiap muslim untuk berusaha semaksimal mungkin untuk melaksanakan syariah (aturan). Islam di segala aspek kehidupan termasuk di dalamnya aturan bermuamalah (usaha dan bisnis) yang merupakan jalan dalam rangka mencari kehidupan. Pada hakikatnya tujuan penerapan aturan (syariah) dalam ajaran Islam di bidang muamalah tersebut khususnya perilaku bisnis adalah agar terciptanya pendapatan (rizki) yang berkah dan mulia, sehingga akan mewujudkan pembangunan manusia yang berkeadilan dan stabilisasi untuk mencapai pemenuhan kebutuhan, kesempatan kerja penuh dan distribusi pendapatan yang merata tanpa harus mengalami ketidakseimbangan yang berkepanjangan di masyarakat

Penerapan etika bisnis Islam tersebut juga harus mampu dilaksanakan dalam setiap aspek perekonomian termasuk dalam penyelenggaraan produksi, konsumsi maupun distribusi. Hal inilah yang sudah dilakukan pada beberapa pelaku usaha kecil dengan menerapkan etika bisnis Islam dalam kegiatan mereka¹⁰.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan penelitian yang dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup. Format penulisan sistematika pembahasan adalah dalam bentuk deskriptif naratif, bukan seperti daftar isi. Untuk memudahkan penulisan dan pembahasan hasil penelitian mengenai Kewajiban Pelaku Usaha Dalam Jual Beli Produk Dapur

¹⁰ Fitri Amalia, "Etika Bisnis Islam : Konsep dan Implementasi pada Pelaku usaha Kecil", (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2013), 117.

Aluminium Perspektif UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, maka penulis menyajikan dalam empat bab. Masing-masing bab terdiri atas beberapa sub bab guna lebih memperjelas ruanglingkup dan cakupan permasalahan yang diteliti. Adapun urutan dan tata letak masing-masing bab serta pokok pembahasannya adalah sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN : bab ini menguraikan tentang latarbelakang pemilihan judul dan alasan mengangkat judul tentang Kewajiban Pelaku Usaha Dalam Jual Beli Produk Dapur Aluminium Perspektif UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Setelah itu membuat rumusan masalah, batasan masalah pun dibuat agar pembahasan penelitian tidak terlalu melebar. Dalam bab ini terdapat pula tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, penelitian terdahulu dan sistematika pembahasan. Semuanya yang dijelaskan dalam bab ini guna mengantarkan peneliti untuk melanjutkan ke bab berikutnya.

BAB II kajian kepustakaan : penulis akan menguraikan mengenai teori dan konsep tentang Kewajiban Pelaku Usaha Dalam Jual Beli Produk Dapur Aluminium Perspektif UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dari literasi-literasi yang mendasari penulis untuk menganalisis permasalahan dalam rangka menjawab rumusan masalah yang telah ditentukan. Teori-teori tersebut mendasari peneliti untuk menganalisis permasalahan untuk menjawab rumusan masalah yang telah ditentukan.

BAB III METODE PENELITIAN DAN PEMBAHASAN : pada bab ini menjelaskan tentang metode apa saja yang akan digunakan dalam

penelitian ini. Metode dalam bab ini meliputi : jenis penelitian, lokasi penelitian, subyek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data dan keabsahan data. Data-data yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya untuk menjawab rumusan masalah yang telah ditentukan.

BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA: ialah penyajian data dan analisis yang berisikan tentang gambaran objek penelitian dan penyajian data.

BAB V PENUTUP : merupakan bab terakhir dalam penulisan hasil laporan penelitian ini. Dalam bab ini penulis menyebutkan kesimpulan dari seluruh rangkaian pembahasan, baik dalam bab pertama, kedua, maupun ketiga. Sehingga pada bab keempat ini berisikan kesimpulan-kesimpulan dan saran-saran yang bersifat konstruktif agar semua upaya yang pernah dilakukan serta segala hasil yang telah dicapai bias ditingkatkan lagi kepada arah yang lebih baik.

BAB II

KAJIANKEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu sangat diperlukan untuk memperjelas, menegaskan, melihat kelebihan dan kekurangan berbagai teori yang digunakan penulis lain, serta memudahkan pembaca dalam membandingkan perbedaan fokus permasalahan yang penulis gunakan. Dalam permasalahan kewajiban pelaku usaha dalam jual beli produk dapur aluminium perspektif Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, ada beberapa rujukan yang digunakan oleh penulis, diantaranya :

- 1. Peneliti oleh Yemima Sitepu, Fakultas Hukum Universitas Islam Negri Malang, 2015. Dengan judul“Pertanggung Jawaban Pelaku Usaha Kepada Konsumen Terhadap Promosi Yang Tidak Benar Di Tinjau Dari UU No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi di Toko Alfamart Kecamatan Sail)**

Jual beli merupakan salahsatu aktifitas dalam ruang lingkup perdata ekonomi. Sering sekali jual beli yang dilakukan dalam masyarakat, memunculkan adanya permasalahan-permasalahan dalam segala transaksinya. Transaksi yang dilakukan oleh para pihak dalam melakukan jual beli, secara tidak langsung akan menimbulkan akibat hukum didalamnya, karena fenomena kedudukan konsumen terhadap produsen menjadi tidak seimbang ketika tidak sama-sama memberlakukan hak dan

kewajiban sekaligus larangan-larangan yang akan menimbulkan konsekuensi didalamnya, maka dari itu pelaku usaha bisa dituntut apabila janji-janji yang ditawarkan tidak terpenuhi, dengan berlandaskan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, hak-hak konsumen sudah terlindungi (ada kekuatan hukumnya).

Maka dari itu menimbulkan fokus permasalahan, 1. Bagaimana tanggung jawab pelaku usaha kepada konsumen terhadap promosi yang tidak benar ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang perlindungan konsumen (Studi kasus di Toko Alfamart Kec. Sail)?, 2. Bagaimanakah tanggapan konsumen terhadap tindakan pelaku usaha yang melakukan tindakan promosi yang tidak benar?, 3. Kegunaan penelitian bagi masyarakat serta instansi terkait adalah sebagai masukan dalam bidang hukum perdata bisnis yang berkaitan dengan pertanggung jawaban pelaku usaha kepada konsumen terhadap promosi yang tidak benar?.

Dalam penelitian ini menitik beratkan pada bagaimana tanggung jawab pelaku usaha kepada konsumen terhadap promosi yang tidak benar ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (studi kasus di Toko Alfamart Kecamatan Sail) dan bagaimana tanggapan konsumen terhadap tindakan pelaku usaha yang melakukan tindakan promosi yang tidak benar.

Pertanggungjawaban pelaku usaha terhadap promosi yang tidak benar dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) khususnya terdapat dalam Pasal 7 menyatakan pelaku

usaha wajib memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur. Prinsip pertanggungjawaban yang terdapat dalam UUPK adalah *strict liability* atau tanggung jawab secara langsung/mutlak. Tanggapan konsumen terhadap tindakan pelaku usaha di Toko Alfamart Kecamatan Sail menyatakan tidak setuju terhadap promosi yang tidak benar yang sering dilakukan oleh pelaku usaha di Toko Alfamart Kecamatan Sail menimbulkan ketidaknyamanan dalam berbelanja, menimbulkan keresahan jika terlalu sering melakukan promosi yang tidak benar, dan merugikan konsumen.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan menggunakan analisa deskriptif yang objeknya berada di Toko Alfamart Kec. Sail, dari sini cukup jelas perbedaan peneliti sekarang dengan peneliti sebelumnya yang mana peneliti sekarang meneliti tentang kewajiban pelaku usaha, sedangkan penelitian sebelumnya mengenai bentuk pertanggung jawaban pelaku usaha yang memberikan informasi yang tidak benar. Persamaannya penelitian terdahulu dengan penelitian yang ditulis oleh peneliti ialah sama-sama memakai undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif.

- 2. Peneliti oleh Grace Joice S. N. Rumimper mahasiswa Program Studi Ilmu Hukum Pascasarjana Universitas Sam Ratulangi Manado tahun 2013 dengan judul “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Melalui**

Internet¹¹. Dalam penelitian ini menitik beratkan pada bagaimana proses terjadinya jual beli melalui internet dan bagaimana tanggung jawab pelaku usaha apabila terjadi kerugian terhadap konsumen dalam jual beli melalui internet. Tujuan penelitian berfokus pada proses jual beli melalui internet dan tanggung jawab pelaku usaha.

Transaksi perdagangan (jual beli) melalui media internet atau *electronic commerce* pada dasarnya memiliki kesamaan dengan mekanisme perdagangan (jual beli) biasa (konvensional). Hanya saja, yang membedakan di antara keduanya adalah dalam transaksi jual beli melalui internet (*electronic commerce*), sistem yang digunakan dalam seluruh proses transaksi dilakukan secara *online*, mulai dari penawaran produk, pembelian, sampai dengan pembayaran, sedangkan dalam transaksi biasa, seluruh proses transaksi dilakukan secara manual (*offline*). Tanggung jawab pelaku usaha belum diatur secara spesifik dalam UU Perlindungan Konsumen dan UU Transaksi Elektronik, tetapi pada prinsipnya pelaku usaha dapat dituntut pertanggungjawaban dalam transaksi elektronik lewat pertanggungjawaban kontraktual (*contractual liability*) berkaitan dengan kerugian yang dialami oleh konsumen. Pertanggungjawaban produk (*product liability*) apabila produk yang ditawarkan oleh pelaku usaha cacat dan merugikan konsumen. Pada kenyataannya tuntutan tanggung jawab terhadap pelaku usaha masih mengalami hambatan karena diterapkannya perjanjian baku dalam kontrak dan perlunya pembuktian

¹¹Grace Joice S. N. Rumimper, 2013. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Melalui Internet.

untuk menuntut pertanggung jawaban pelaku usaha dalam transaksi internet cukup panjang dan berbelit-belit, persamaan dari penelitian ini sama meneliti tentang bagaimana seharusnya pelaku usaha menjalankan kewajibannya sebagai pelaku usaha, sedangkan perbedaannya peneliti sebelumnya meneliti tentang bagaimana bentuk pertanggung jawaban pelaku usaha yang transaksinya melalui internet, sedangkan penelitian sekarang meneliti tentang bagaimana kewajiban pelaku usaha dalam jual beli produk dapur aluminium perspektif uu no 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.

Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang digunakan peneliti kali ini adalah terdapat pada objek penelitian karena peneliti kali ini lebih fokus pada jenis barang yaitu produk dapur sedangkan objek yang digunakan oleh penelitian terdahulu yaitu lebih kepada sistem jual beli yaitu menggunakan secara online.

- 3. Peneliti Oleh Sri Khurriyatuazzahroh Fakultas Sya'riah Dan Ekonomi Bisnis Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus, 2016 Dengan Judul "Analisis Persaingan Bisnis Perdagangan Pasar Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Pasar Juwana Baru Pasca Kebakaran)"** Dalam penelitian ini dilatar belakangi, Dalam era globalisasi ini, perkembangan perekonomian dunia begitu pesat, seiring dengan berkembang dan meningkatnya kebutuhan manusia akan sandang, pangan, dan teknologi. Manusia berlomba-lomba untuk memenuhi kebutuhannya yang terkadang mereka tidak mempertimbangkan

kepentingan orang lain dan menjadikan manusia yang materialistis serta meninggalkan norma-norma dan nilai-nilai kemanusiaan. Prinsip ekonomi Barat yang mengendalikan modal sekecil mungkin dan mengeruk keuntungan sebesar mungkin telah menjadikan para pelaku bisnis menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan, mulai dari cara memperoleh bahan baku, bahan yang digunakan, tempat produksi, tenaga kerja, pengelolaannya, dan pemasarannya dilakukan seefektif dan seefisien mungkin.

Suatu kenyataan kita hadapi di masyarakat perilaku yang menyimpang dari ajaran agama, merosotnya etika dalam bisnis, tumbuh gejala kurangnya rasa solidaritas, tanggung jawab sosial dan tingkat kejujuran, saling curiga, sulit percaya kepada seorang pengusaha jika berhubungan untuk pertama kali. Kepercayaan baru terbentuk jika sudah terjadi transaksi beberapa kali. Namun, ada saja yang mencari peluang untuk menipu, setelah terjadi hubungan dagang yang mulus dan lancar beberapa kali, pembayaran lancar sudah saling percaya. Penulis memilih pedagang di Pasar Juwana karena terdapat banyak penyimpangan dalam aktivitas bisnisnya dan Pasar Juwana Baru tergolong pasar besar di daerah Juwana khususnya dan daerah sekitarnya pada umumnya.¹²

Fokus masalah dalam penelitian ini: 1) Bagaimana kondisi persaingan bisnis yang terjadi antar pedagang di Pasar Juwana Baru pasca

¹²Sri Khurriyatuazzahroh, Analisis Persaingan Bisnis Pedagang Pasar Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Di Pasar Juwana Baru Pasca Kebakaran), (Skripsi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus: Kudus, 2016)

kebakaran? 2). Bagaimana persaingan bisnis para pedagang ditinjau dari etika bisnis Islam di Pasar Juwana Baru pasca kebakaran?.

Isi dari penelitian ini ialah Para pedagang berlomba-lomba dalam menyediakan barang-barang yang dicari pembeli. Para pedagang di Pasar Juwana Baru saling memberikan kualitas yang baik terhadap barang dagangannya, dengan tujuan para pembeli yang datang tidak kecewa kepada mereka dan tidak lari ke pedagang lain. Para pedagang saling hantam menghantam, membanting harga dengan tujuan mengalahkan atau menjatuhkan pesaing mereka. Pedagang tersebut menjual barang dagangannya dengan harga yang murah. Dalam tinjauan etika bisnis Islam, pedagang menjual barang secara tidak jujur. Hal ini bertentangan dengan syari'at Islam. Jadi, hal tersebut tidak sesuai dengan etika bisnis Islam. Dari segi harga, bertentangan dengan syari'at Islam yakni menjual harga di bawah pasar dengan tujuan menjatuhkan pesaingnya. Jadi, hal tersebut tidak sesuai dengan etika bisnis Islam.

Dalam penelitian ini penulis melakukan studi langsung ke lapangan (*field research*) untuk memperoleh data yang konkrit mengenai persaingan bisnis di antara para pedagang di Pasar Juwana bila ditinjau dari etika bisnis Islam dengan menggunakan unsur pokok yang harus ditemui sesuai dengan masalah yang ada. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Perbedaan penulis dengan peneliti saat ini bahwa peneliti menggunakan metode kualitatif yang tidak hanya mengkaji dari segi Islam saja melainkan dari segi hukum positif

yakni undang-undang tentang perlindungan konsumen. Persamaan yang terjadi antara penekiti dan penulis terletak pada kajian etika bisnis Islam.

- 4. Peneliti Oleh Syaiful Mujib, Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kali Jaga Yogyakarta, 2018. Dengan Judul “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Pemasaran Air Minum Dalam Kemasan (Studi Di Agen Air Minum AF Kec. Puncakwangi Kab. Pati)”.** Latar belakang penelitian ini: dalam kegiatan usaha, untuk memperlancar arus barang dari produsen, faktor penting yang tidak boleh diabaikan adalah proses distribusi barang. Keputusan perusahaan mengenai distribusi barang menentukan bagaimana cara produk yang dibuatnya dapat dijangkau oleh konsumen. Di era yang penuh persaingan ini, banyak sekali macam-macam kegiatan usaha yang dilakukan para pelaku bisnis untuk mengembangkan perusahaannya. Pada saat ini jumlah perusahaan air minum di Indonesia semakin meningkat, terbukti banyaknya perusahaan air minum diberbagai daerah termasuk di kota Kudus, hal ini dikarenakan bisnis air minum kemasan sangat menjajikan karena minum merupakan kebutuhan pokok manusia. Disisi lain persaingan usaha semakin sengit menurut para pelaku usaha untuk slalu berinovasi dan meranvang strategi-strategi bisnis agar tidak kalah dalam persaingan. Tidak sedikit pelaku usaha yang menjalankan ushanya dengan

menghalalkan segala cara untuk mencapai tujuannya tanpa memperhatikan sisi etika bisnisnya¹³.

Dari uraian latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan pokok permasalahannya adalah bagaimana tinjauan etika bisnis Islam terhadap strategi pemasaran agen air minum AFs?

Isi dari penelitian terdahulu ini ialah etika bisnis yang dilakukan oleh agen air minum AF pada sebagian telah sesuai dengan prinsip etika bisnis. Namun dalam strategi pemasaran yang dilakukan oleh AF bertentangan dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yaitu mengelabui pihak toko dengan merekayasa permintaan, serta menjual produk AMDK secara langsung pada konsumen rumahan sehingga menimbulkan kerugian pada pihak toko, dalam hal ini tidak sesuai dengan prinsip etika untuk menepati janji merugikan pihak lain dan prinsip etika kejujuran yang diajarkan oleh Rasulullah SAW.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yaitu menggambarkan keadaan atau fenomena mengenai tinjauan etika bisnis Islam terhadap strategi pemasaran di agen air minum AF metode yang digunakan melalui deskriptif kualitatif. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penulis bahwa penulis menggunakan metode kualitatif yang mengkaji dari segi hukum positif dan etika bisnis Islam. Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian penulis bahwa sama-sama mengkaji etika bisnis Islam.

¹³Syaiful Mujib, *Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Pemasaran Air Minum Dalam Kemasan (Studi Di Agen Air Minum AF Kec. Puncakwangi Kab. Pati)*. (Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Kali Jaga Yogyakarta: Yogyakarta, 2018).

5. Peneliti Oleh Regino G. Salindeho Fakultas Hukum Universitas Surakarta, 2016 Dengan Judul Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Pengguna Barang Menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Latar belakang penelitian yang dilakukan oleh Regino G. Salindiho, ialah hukum bisnis adalah keseluruhan peraturan, putusan pengadilan, dan hukum kebiasaan yang berkaitan dengan bisnis pelaku-pelaku ekonomi atau sebaliknya perilaku kearah persaingan yang tidak sehat karna pelaku usaha memiliki kepentingan yang saling berbenturan diantara mereka. Berita0berita yang mengungkapkan perbuatan curang pelaku usaha yang menimbulkan kerugian bagi konsumen seperti berita tentang biskuit beracun, makanan yang kadarluarsa, dan sebagainya yang menimbulkan kerugian bagi konsumen. Semata-mata masalah perorangan tetapi masalah bersama, karna pada dasarnya semua orang adalah konsumen sebab itu melindungi konsumen adalah melindungi semua orang.¹⁴.

Fokus penelitian: 01) bagaimana penjelasan istilah yang berhubungan dengan perlindungan hukum dan asas-asas perlindungan konsumen? 02). Bagaimana perlindungan hukum terhadap konsumen atas pengguna barang menurut undang-undang No.8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen?

¹⁴Regino G. Salindeho, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Pengguna Barang Menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*. (Skripsi Universitas Surakarta: Surakarta, 2016)

Isi penelitian ini adalah pelaku usaha, konsumen produk dan standarisasi produk, peran pemerintah dan klausula baku adalah istilah yang perlu diketahui dan disamakan persepsinya dalam kaitanya dengan perlindungan konsumen. Menurut pasal 2 undang-undang no.8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen terdapat 5 asas. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan mengandung pengertian bahwa konsumen berhak mendapatkan produk yang nyaman, aman, dan yang memberi keselamatan oleh karena itu, konsumen harus dilindungi dari segala bahaya yang mengancam kesehatan, jiwa dan harta bendanya karna memakai atau mengkonsumsi produk (misalnya produk makanan).

Metode penelitian yang dilakukan oleh Regino G Salindeho menggunakan metode penelitian yuridis normatif yang mengkaji tentang hukum positif. jika dibandingkan dengan penulis maka memiliki perbedaan yang terletak pada metode yang digunakan penulis ialah metode kualitatif dengan mengkaji hukum positif dan etika bisnis Islam. Perbedaan penulis dengan penelitian terdahulu penelitian yang penulis lakukan meneliti mengenai kewajiban pelaku usaha, sedangkan penelitian terdahulu meneliti tentang perlindungan hukumnya. Persamaan yang terjadi antara penelitian ini dengan penulis terletak segi kajian yang sama-sama mengkaji perlindungan konsumen melalui undang-undang no.8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.

B. Kajian Teori

Bagian ini berisi pembahasan tentang teori yang di jadikan sebagai perspektif dalam penelitian ini. Pembahasan teori yang terkait dengan penelitian secara lebih luas dan mendalam yang akan memperdalam wawasan penelitian dalam mengkaji permasalahan yang hendak di pecahkan sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian.

1. Kewajiban Pelaku Usaha Perspektif UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

a. Pengertian Pelaku Usaha

Pelaku usaha sering diartikan sebagai pengusaha yang menghasilkan barang dan jasa. Dalam pengertian ini termasuk didalamnya pembuat, grosir, leveransir dan pengecer professional, yaitu setiap orang/badan yang ikut serta dalam penyediaan barang dan jasa hingga sampai ke tangan konsumen. Sifat profesional merupakan syarat mutlak dalam hal menuntut pertanggung jawaban dari produsen¹⁵.

Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen dijelaskan bahwa Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri

¹⁵Janus Sidabolok. 2010. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung: PT. Citra AdityaBakti.

maupun bersamasama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

b. Hak dan Kewajiban

1) Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha dalam pasal 6 dan pasal 7 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen¹⁶.

Hak pelaku usaha adalah :

- a) Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b) Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c) Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d) Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e) Hak hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

2) Kewajiban pelaku usaha dalam pasal 7 Undang Undang Perlindungan Konsumen, adalah :

- a) beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;

¹⁶Pasal 6 dan Pasal 7 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

- b) memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c) memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d) menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e) memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f) memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g) memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian

c. Pengertian Perlindungan Konsumen

1) Pengertian Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen merupakan hal yang sangat perlu untuk terus dilakukan karena berkaitan dengan upaya mensejahterakan masyarakat dalam kaitan dengan semakin

berkembangnya transaksi perdagangan pada zaman modern saat ini. Perhatian mengenai perlindungan konsumen ini bukan hanya di Indonesia tetapi jugatelah menjadi perhatian dunia. Keinginan yang hendak dicapai dalam perlindungan konsumen adalah menciptakan rasa aman bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidup¹⁷.

Istilah “Perlindungan konsumen” berkaitan dengan perlindungan hukum. Oleh karena itu perlindungan mengandung aspek hukum. Adapun yang berhak mendapat perlindungan bukan hanya sekedar fisik, melainkan terlebih hak-haknya yang bersifat abstrak. Dengan kata lain, perlindungan konsumen sesungguhnya identik dengan perlindungan yang diberikan hukum tentang hak-hak konsumen¹⁸.

Sebagai pemakai barang/ jasa konsumen memiliki sejumlah hak dan kewajiban. Pengetahuan tentang hak konsumen sangat penting agar orang bisa bertindak sebagai konsumen yang kritis dan mandiri. Tujuannya, jika di tengarai adanya tindakan yang tidak adil terhadap dirinya, ia secara spontan menyadari akan hal tersebut. Konsumen kemudian bisa bertindak lebih jauh untuk memmpengaruhi hak haknya¹⁹.

Perlindungan konsumen merupakan suatu masalah yang sangat penting bagi masyarakat, yang notabene tidak pernah lepas dari

¹⁷Yusuf Shofie, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-instrumen Hukumnya*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003), 30.

¹⁸Kristiyanti, Celina Tri Siwi. 2009. *Hukum Perlindungan Konsumen*. (Jakarta: Sinar Grafika), 4.

¹⁹Happy Santosa, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, (Jakarta: Visimedia, 2008), 22.

kegiatan konsumsi. Perlindungan konsumen sangat dibutuhkan oleh masyarakat dimanapun ia berada. Oleh karena itu perlindungan konsumen sangat perlu diwujudkan dalam suatu kegiatan ekonomi yang berhubungan dengan kepentingan konsumen. Mewujudkan perlindungan konsumen adalah mewujudkan hubungan berbagai dimensi yang satu sama lain memiliki keterkaitan dan ketergantungan antara konsumen, pengusaha dan pemerintah.

Beberapa ahli mengungkapkan pengertian dari perlindungan hukum diantaranya:

- a) Menurut Satjipto Raharjo mendefinisikan Perlindungan Hukum adalah memberikan pengayoman kepada hak asasi manusia yang dirugikan orang lain dan perlindungan tersebut diberikan kepada masyarakat agar mereka dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum.
- b) Menurut Philipus M. Hadjon berpendapat bahwa Perlindungan Hukum adalah perlindungan akan harkat dan martabat, serta pengakuan terhadap hak-hak asasi manusia yang dimiliki oleh subyek hukum berdasarkan ketentuan hukum dari kesewenangan.
- c) Menurut CST Kansil Perlindungan Hukum adalah berbagai upaya hukum yang harus diberikan oleh aparat penegak hukum untuk memberikan rasa aman, baik secara pikiran maupun fisik dari gangguan dan berbagai ancaman dari pihak manapun.

- d) Menurut Philipus M. Hadjon Perlindungan Hukum adalah Sebagai kumpulan peraturan atau kaidah yang akan dapat melindungi suatu hal dari hal lainnya. Berkaitan dengan konsumen, berarti hukum memberikan perlindungan terhadap hak-hak pelanggan dari sesuatu yang mengakibatkan tidak terpenuhinya hak-hak tersebut.
- e) Menurut Muktie, A. Fadjar Perlindungan Hukum adalah penyempitan arti dari perlindungan, dalam hal ini hanya perlindungan oleh hukum saja. Perlindungan yang diberikan oleh hukum, terkait pula dengan adanya hak dan kewajiban, dalam hal ini yang dimiliki oleh manusia sebagai subyek hukum dalam interaksinya dengan sesama manusia serta lingkungannya. Sebagai subyek hukum manusia memiliki hak dan kewajiban untuk melakukan suatu tindakan hukum.²⁰

2) Pengertian Konsumen

Menurut Az. Nasution beberapa batasan tentang konsumen²¹, yakni :

- a) Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa yang digunakan untuk tujuan tertentu;
- b) Konsumen antara adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/ atau jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang dan/ atau jasa lain untuk diperdagangkan (tujuan

²⁰Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum perlindungan konsumen*,(Jakarta:Renada Media Grub, 2004), 11.

²¹AZ Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, (Jakarta: Diadit Media, 2001), 15.

komersil); bagi konsumen antara, barang atau jasa itu adalah barang atau jasa kapital yang berupa bahan baku, bahan penolong atau komponen dari produk lain yang akan diproduksinya (produsen). Konsumen antara ini mendapatkan barang atau jasa di pasar industri atau pasar produsen.

- c) Konsumen akhir adalah setiap orang yang mendapat dan menggunakan barang dan/ atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya pribadi, keluarga dan/ atau rumah tangga dan tidak untuk diperdagangkan kembali (non komersial).

Pengertian konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan²².

1) Hak Konsumen

Hak-hak Konsumen diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen²³ yaitu sebagai berikut :

- a) Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b) Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;

²²Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

²³Pasal 4 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

- c) Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f) Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/ atau penggantian, apabila barang dan/ atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i) hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

2) Kewajiban Konsumen

Selain itu dalam Pasal 5 Undang- Undang Perlindungan Konsumen juga disebutkan Kewajiban konsumen²⁴, antaralain:

- a) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;

²⁴Pasal 5 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

- b) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.²⁵

d. Tujuan Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan konsumen No. 8 tahun 1999 memiliki tujuan²⁶, antaralain :

- 1) Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri. Perlindungan konsumen tidaklah senantiasa selalu berkaitan dengan penegakan norma-norma UUPK. Sebelum masuk ke arah penegakan hukum, perlindungan konsumen lebih diarahkan untuk meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri. Kesadaran konsumen akan pentingnya perlindungan konsumen merupakan salah bentuk mencegah terjadinya kerugian yang akan timbul. Dengan meningkatnya kesadaran konsumen, maka konsumen akan cenderung lebih berhati-hati dalam mengonsumsi atau menggunakan barang dan/atau jasa. Peningkatan kemampuan dan kemandirian konsumen dimaksudkan agar konsumen memiliki kemampuan dan kemandirian untuk menghindari diri dari

²⁵Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2004), 23.

²⁶Pasal 3 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

kemungkinan adanya kerugian akibat beredarnya barang dan/atau jasa yang ada di masyarakat.

- 2) Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa. Konsumen dalam posisinya yang lemah sering kali menjadi objek dari pelaku usaha. Posisinya yang lemah sering menyebabkan posisi tawar lemah jika dibandingkan dengan pelaku usaha. Untuk itu, paradigmanya adalah konsumen harus sejajar dengan pelaku usaha. Konsumen bukan lagi menjadi objek, melainkan menjadi salah satu subyek dalam kegiatan perdagangan, di mana baik pelaku usaha maupun konsumen merupakan 2 (dua) pihak yang sejajar dan saling membutuhkan. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mengangkat harkat dan martabat konsumen adalah dengan mengampanyekan konsumen cerdas.
- 3) Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen. Pemberdayaan konsumen merupakan salah satu cara efektif untuk mewujudkan perlindungan terhadap konsumen. Salah satu cara pemberdayaan konsumen yakni membekali konsumen dengan pengetahuan tentang hukum perlindungan konsumen, sehingga konsumen diharapkan memiliki pengetahuan dalam menuntut hak-haknya sebagai konsumen.

- 4) Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi. Pemberlakuan UUPK telah menetapkan berbagai hak dan kewajiban bagi konsumen dan pelaku usaha. Hak dan kewajiban tersebut menjadi pedoman yang harus ditaati oleh konsumen dan pelaku usaha. Pelanggaran terhadap norma-norma UUPK membawa konsekuensi adanya kemungkinan gugatan baik dari seorang atau sekelompok konsumen, Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM), maupun pemerintah atau instansi terkait. UUPK telah memberikan kemudahan-kemudahan serta akses penyelesaian sengketa konsumen melalui BPSK selain penyelesaian sengketa konsumen di pengadilan.
- 5) Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha. Pemberlakuan UUPK diharapkan dapat meningkatkan kesadaran pelaku usaha akan pentingnya perlindungan terhadap konsumen. Pelaku usaha tidak bisa hanya mementingkan kepentingan pribadinya saja dengan mengabaikan kepentingan-kepentingan konsumen. Pelaku usaha dalam menawarkan dan/atau memasarkan produknya seyogianya dengan sikap jujur dan bertanggung jawab, karena pada dasarnya pelaku usaha bertanggung jawab atas peredaran produk yang ada di masyarakat (*product liability*).

6) Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen. Pemberlakuan UUPK tidaklah dimaksudkan untuk mematikan kegiatan usaha pelaku usaha. Namun justru diharapkan dapat memacu peningkatan kualitas barang dan/atau jasa yang dibuatnya. Di tengah persaingan usaha yang ada konsumen akan cenderung untuk memilih barang dan/atau jasa yang memiliki kualitas baik, serta aman untuk dipergunakan atau dikonsumsi. Kondisi demikian memacu pelaku usaha untuk senantiasa meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang dipasarkannya jika tidak ingin ditinggalkan oleh konsumennya.

e. Bentuk Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen bertujuan untuk melindungi konsumen dan hak-haknya secara hukum dari pelanggaran pelanggaran dan penyalahgunaan hak. Dalam hal ini, perlindungan konsumen mempunyai bentuk dan format khusus dan tersendiri. Bentuk ini berasal dari bentuk perlindungan konsumen secara umum yang menjadi landasannya untuk semua bidang hukum konsumen. Karena pada dasarnya semua transaksi itu sama, ada produsen ada pula konsumen, yang membedakannya hanyalah dalam bidang hukum konsumen apa transaksi hukum tersebut berlangsung.

Berbagai macam kemungkinan penyalahgunaan kelemahan yang dimiliki konsumen, dapat terjadi dalam tiga keadaan, yaitu

- 1) Ketika transaksi belum berlangsung (pra-transaksi),
- 2) Ketika transaksi sedang berlangsung dan
- 3) Ketika transaksi sudah berlangsung (purna-transaksi).

Dengan berdasarkan pembagian tiga keadaan tersebut, maka pembahasan tentang bentuk perlindungan konsumen ini dimulai dari tahap pra-transaksi sampai pada proses purna-transaksi²⁷, yaitu sebagai berikut ini:

- 1) Perlindungan dari Pemalsuan dan Informasi yang Tidak Benar.

Informasi memegang peranan yang sangat penting karena dengan adanya informasi yang benar tersebut, maka para konsumen dapat memperoleh gambaran yang benar dan tidak keliru tentang suatu produk, sehingga konsumen dapat memilih apa yang diinginkannya sesuai dengan kebutuhannya, baik secara kualitas dan kuantitas.

- 2) Perlindungan terhadap hak pilih dan nilai tukar tidak wajar.

Dengan menggunakan produk, pembeli selaku konsumen berhak untuk menentukan pilihannya. Hal ini bertujuan untuk memberikan kebebasan kepada konsumen untuk menentukan produk yang sesuai dengan kebutuhannya. Ia tidak boleh mendapatkan paksaan atau tekanan dari pihak luar sehingga ia

²⁷<http://dwisantosapambudi.blogspot.com/2012/11/perlindungankonsumen.html?m=1>
(Desember 2018)

menjadi tidak bebas lagi untuk menentukan pilihan. Selain itu, pembeli selaku konsumen produk juga harus dilindungi dari nilai tukar tidak wajar yaitu perlindungan terhadap ketidaksesuaian nilai barang dengan nilai tukar atau harganya. Contohnya antara lain dengan melakukan perdagangan produk baik dari segi kualitas dan kuantitas sesuai nilai tukar yang diberikan, serta tidak ada unsure permainan harga.

- 3) Perlindungan terhadap keamanan produk dan lingkungan yang sehat.

Perlindungan terhadap keamanan produk dan lingkungan sehat ini sangat penting mengingat semakin meningkatnya resiko-resiko yang mungkin timbul akibat penggunaan produk dikarenakan semakin majunya teknologi dan semakin berkembangnya volume perekonomian dan perdagangan yang tidak diimbangi dengan pengawasan yang ekstra ketat. Perlindungan ini bertujuan agar para pembeli terhindar dari kerugian fisik maupun psikis.

- 4) Perlindungan dari pemakaian alat ukur yang tidak tepat.

Maksud dari perlindungan dari pemakaian alat ukur yang tidak tepat bagi konsumen adalah perlindungan dari ketidaktepatan antara sifat dengan kualifikasi yang diminta konsumen dengan yang diserahkan pelaku usaha dari segala segi, mulai dari segi kualitas maupun kuantitas, atau yang dijanjikan oleh pelaku usaha

atau produsen. Di zaman seperti sekarang banyak sekali ditemukan produk yang tidak sesuai antara apa yang diminta dan dijanjikan dari pelaku usaha dengan apa yang diserahkan kepada konsumen, terutama diakibatkan oleh adanya kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi.

- 5) Perlindungan dalam mendapatkan advokasi dan penyelesaian sengketa.

Maksud dari perlindungan ini adalah bahwa konsumen bentuk mendapatkan penyelesaian hukum, advokasi dan bantuan yuridis lainnya. Perlindungan dalam penyelesaian sengketa ini semestinya didukung dua faktor kemudahan, yaitu kemudahan proses beracara konsumen dalam mengajukan tuntutan dan adanya suatu badan hukum pemerintah yang selalu siap sedia untuk membela konsumen. Munculnya pembicaraan tentang hak advokasi dan penyelesaian sengketa ini berawal dari sulitnya proses hukum beracara di Negara kita dan tidak berdayanya badan hukum pemerintah yang diharapkan membela hak-hak konsumen.

- 6) Perlindungan dari penyalahgunaan keadaan.

Perlindungan dari penyalahgunaan keadaan adalah perlindungan dari penyalahgunaan keadaan oleh salah satu pihak yang disebabkan oleh adanya keunggulan ekonomis ataupun psikologis. Penyalahgunaan keadaan adalah salah satu bentuk cacat kehendak. Ada beberapa factor penyebab terjadinya

penyalahgunaan keadaan, yaitu keadaan terjepit, kesulitan keuangan, kurangnya pengetahuan, hubungan antara atasan dan bawahan, serta kerugian yang sangat besar pada salah satu pihak.

7) Perlindungan dengan ganti rugi akibat negatif produk

Perlindungan dengan ganti rugi akibat negatif produk merupakan bentuk perlindungan konsumen yang paling penting yaitu bagaimana ketika seorang konsumen dilanggar hak-haknya atau menderita kerugian dapat memperoleh haknya kembali dengan bentuk kompensasi ganti rugi. Beban ganti rugi akibat negatif produk merupakan tanggung jawab pengusaha. Perlindungan dengan ganti rugi akibat negatif produk ini dapat berbentuk penggantian kerugian dan kompensasi, serta potongan harga. Kemudian untuk jenis dan jumlah ganti kerugian itu tentu saja harus sesuai dengan ketentuan yang berlaku atau kesepakatan masing-masing pihak.

Ada pula perlindungan konsumen dalam Islam yang berdasarkan pada prinsip ganti rugi. Ganti rugi secara umum terbagi dua, yaitu sebagai berikut;

a) Dari segi penyebab ganti rugi (dhaman).

Dari segi penyebab, ganti rugi (dhaman) terbagi lima macam, yaitu pertama, kerusakan (al-I'tilaf). Kedua, akad (aqd). Ketiga, perbuatan (wadh'u yadin). Keempat, penahanan (al-hailulah). Kelima, tipu daya (al-maghrur). Kerugian yang

ditimbulkan oleh masalah muamalah lebih tertuju pada pembahasan dua hal penyebab yaitu penyebab ganti rugi dari segi akad (aqd) dan penyebab ganti rugi dari segi tipu daya (al-maghrur).

b. Dari segi ukuran ganti rugi

Dari segi ukuran, ganti rugi terbagi menjadi tiga macam yaitu:

- 1) Hak yang dilanggar harus diganti oleh pihak tersebut dengan sesuatu yang sesuai dengan keadaannya yang asli kepada yang berhak, karena ini merupakan ganti rugi yang paling sempurna.
- 2) Apabila tidak mampu mengembalikan barang asli, maka harus dikembalikan dengan barang yang semisal.
- 3) Apabila tidak mampu mengembalikan barang semisal, maka harus dikembalikan dengan barang senilai dengan barang asli.

Dengan adanya berbagai bentuk perlindungan di atas, maka secara keseluruhan bentuk dan format perlindungan tersebut sudah sangat bertendensi melindungi konsumen dan hak-haknya secara hukum, serta dapat menghindarkan konsumen dari berbagai tindak pelanggaran dan penyalahgunaan

2. Kewajiban Pelaku Usaha Perspektif Etika Bisnis Islam

a. Kewajiban Pelaku Usaha

Hak dan kewajiban pelaku usaha pembangunan dan perkembangan perekonomian dibidang perindustrian dan perdagangan nasional telah menghasilkan berbagai variasi barang dan jasa yang dapat di konsumsi. Ditambah dengan globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi kiranya memperluas ruang gerak arus transaksi barang atau jasa. Akibatnya barang dan jasa yang ditawarkan bervariasi baik produksi luar negeri maupun produksi dalam negeri. Kondisi seperti ini disatu pihak mempunyai manfaat bagi konsumen karena kebutuhan akan barang dan jasa yang diinginkan dapat terpenuhi serta semakin terbuka lebar, karena adanya kebebasan untuk memilih aneka jenis dan kualitas barang dan jasa sesuai keinginan dan kemampuan konsumen. Tetapi disisi lain, dapat mengakibatkan, kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang dan konsumen berada pada posisi yang lemah, yang menjadi obyek aktifitas bisnis untuk meraup keuntungan yang sebesar besarnya oleh pelaku usaha melalui berbagai promosi, cara penjualan, serta penerapan perjanjian baku yang merugikan konsumen. Berkenaa dengan pertimbangan tersebut, maka

perlu juga diketengahkan apa yang menjadi hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha.²⁸

b. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika Yunani kuno (“*etikos*”, berarti “timbul dari kebiasaan”). Etika mencakup analisis dan penerapan konsep seperti benar-salah, baik-buruk, dan tanggung jawab. Etika adalah ilmu yang berkenaan tentang yang baik dan buruk dan tentang hak kewajiban moral.²⁹

Menurut kamus istilah etika memiliki beragam makna, salah satu maknanya adalah prinsip tingkah laku yang mengatur individu dan kelompok. Jadi kesimpulannya etika adalah suatu hal yang dilakukan secara benar dan baik, tidak melakukan suatu keburukan, melakukan hak kewajiban sesuai dengan moral dan melakukan segala sesuatu dengan penuh tanggung jawab.³⁰

Dalam Islam, istilah yang paling dekat berhubungan dengan istilah etika adalah *Khuluq*. Dalam Al-Qur’an juga disebut beberapa istilah yang menggambarkan tentang kebaikan diantaranya adalah: *Khoir* (kebaikan), *Adl* (kesetaraan dan keadilan), *Taqwa* (ketaqwaan) dan lain-lain. Dalam khazanah Islam etika dipahami sebagai akhlak atau adab yang bertujuan untuk mendidik moralitas manusia. Etika terdapat dalam materi-materi kandungan ayat-ayat Al Qur’an yang

²⁸Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan konsumen*, PT Raja Grafindo Persada Jakarta, 37

²⁹Veitzhzal Rivai, Amir Nurrudin dan faizar Ananda Arfa, *Islamic Busines and Econommic Ethic*, 2.

³⁰Ibid., 3.

sangat luas, dan kembangkan dalam pengaruh filsafat Yunani hingga para sufi.³¹

Setiap manusia memerlukan harta untuk mencukupi segala kebutuhan hidupnya. Karenanya, manusia akan selalu berusaha memperoleh harta kekayaan itu, salah satu usaha untuk memperolehnya adalah dengan bekerja. Sedangkan salah satu bentuk dari bekerja adalah berdagang atau bisnis. Kegiatan penting dalam muamalah yang paling banyak dilakukan oleh manusia setiap saat adalah kegiatan bisnis. Dalam kamus bahasa Indonesia, bisnis diartikan sebagai usaha dagang, usaha komersial di dunia perdagangan dan bidang usaha.³²

Bisnis dapat dipahami sebagai suatu kegiatan usaha individu (privat) yang terorganisasi atau melembaga, untuk menghasilkan dan menjual barang atau jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.³³ Bisnis dilakukan dengan tujuan yang berbeda diantaranya yakni mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, pertumbuhan sosial dan tanggung jawab sosial.

Etika bisnis merupakan study yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah. Study ini berkonsentrasi pada standart moral, sebagaimana diterapkan dalam kebijakan, institusi, dan perilaku bisnis. Standart etika bisnis tersebut diterapkan kedalam

³¹Ibid.,3.

³²Veitzhzal Rivai, Amir Nurrudin dan faizar Ananda Arfa, *Islamic Busines and Econonmic Ethic*,11.

³³Ika Yunia fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2011), 3-4.

sistem dan organisasi yang digunakan masyarakat modern untuk memproduksi dan mendistribusikan barang dan jasa dan diterapkan kepada orang-orang yang ada didalam organisasi.³⁴

Munculnya wacana pemikiran etika bisnis, didorong oleh realitas bisnis yang mengabaikan nilai-nilai moralitas. Bagi sebagian pihak, bisnis diartikan sebagai ajang mencari laba sebesar-besarnya karena itu terkadang sebagian orang dapat menghalalkan segala cara untuk itu. Konsekuensinya dalam pandangan ini aspek moral tidak bisa dipakai dalam berbisnis. Aspek moralitas dalam persaingan bisnis, dianggap akan menghalangi kesuksesannya disisi lain ada yang beranggapan bahwa bisnis dapat disatukan dengan etika. Kelompok ini beranggapan bahwa etika merupakan alasan-alasan rasional tentang semua tindakan manusia dalam semua aspek kehidupannya, tak terkecuali dalam berbisnis.

Dalam realitas bisnis kekinian terdapat kecenderungan bisnis yang mengabaikan etika. Persaingan dalam dunia bisnis adalah persaingan kekuatan modal. Para pelaku bisnis dengan modal besar berusaha memperbesar jangkauan bisnisnya sehingga pembisnis dengan modal kecil semakin terseret. Sementara itu, pemikiran etika bisnis Islam muncul kepermukaan, dengan landasan bahwa Islam adalah agama yang sempurna. Ia merupakan kumpulan aturan-aturan jaran (doktrin) dan nilai-nilai yang dapat menghantarkan manusi

³⁴Veitzhzal Rivai, Amir Nurrudin dan faizar Ananda Arfa, *Islamic Busines and Econonmic Ethic*, 4.

dalam kehidupannya menuju tujuan kebahagiaan hidup baik dunia maupun akhirat. Namun dalam pekungbanganya etika bisnis Islam tidak sedikit dipahami sebagai representasi dan pengejewantahan dari aspek hukum. Misalnya keharaman jual beli ghoror, menimbun, mengurangi tinmbangan dan lain-lain. Pada tataran ini, etika bisnis Islam, tak jauh berbeda dengan pengejewantahan hukum dalam fiqih muamalah. Dengan kondisi demikian, maka pengembangan etika bisnis Islam yang mengedepankan etika sebagai filosofi nya merupakan agenda yang signifikan untuk dikembangkan.³⁵

c. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

1) Taqwa

Dari Abu Dzar Al Ghifari.ra, ia berkata: Rasulullah SAW bersabda,

Artinya “Bertaqwalah kepada Allah dimanapun engkau berada, dan hendaknya setelah melakukan kejelekan engkau melakukan kebaikan yang dapat menghapusnya, serta bergaulah dengan orang lain dengan akhlak yang baik” (HR. Ahmad 21354, Tzirmidzi 1987, ia berkata “(hadist ini hasan shohih)”).

Seorang muslim diperintahkan untuk slalu mengingat Allah dalam aktifitas mereka. Ia hendaknya sadar penuh dan responsif terhadap prioritas-prioritas yang telah ditentukan oleh sang pencipta. Kesadaran akan Allah ini hendaklah menjadi kekuatan pemicu (*driving firce*) dalam segala tindakan, misalnya

³⁵Mohamad Lukman Fauroni, *Fisi Al Qur-an Tentang Etika dan Bisnis*, (Jakarta: Salemba Diniah, 2002), 1-3.

datang panggilan sholat maka segera tinggalkan pekerjaan sekalipun Islam mengatakan bahwasanya berbisnis merupakan pekerjaan yang halal pada tataran yang sama ia menginginkan secara eksplisit bahwa semua kegiatan bisnis tidak boleh menghalangi mereka untuk ingat kepada Allah dan melanggar rambu-rambu perintah-Nya.³⁶

Penyerahan diri yang bulat kepada kehendak Illahi baik menyangkut ibadah maupun muamalah. Sehingga semua aktifitas yang dilakukan adalah dalam kerangka menciptakan pola kehidupan yang sesuai kehendak Allah.

2) Maslahat

Secara umum, maslahat diartikan sebagai kebaikan (kesejahteraan) dunia dan akhirat. Para ahli ushul fiqh mendefinisikan sebagai segala sesuatu yang mengandung manfaat, kegunaan, kebaikan, dan menghindarka mudhorot, kerusakan, dan mafshadah. (*jalb al-naf'y wa daf' al-dharar*), Imam Alghozali mentimpulkan, maslahat adalah upaya mewujudkan dan memelihara lima kebutuhan dasar, yakni agama, jiwa, akal, keturunan dan harta.

3) Adil

Prinsip adil adalah merupakan pilar penting dalam ekonomi Islam. Penegakan keadilan telah ditekankan oleh Al-

³⁶Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 187-188.

Qur'an sebagai misi utama para Nabi yang diutus oleh Allah, sebagai firman Allah SWT dalam surat Al-Hadid ayat 25:

Artinya “*sesungguhnya kami telah mengutus Rasul-rasul kami dengan membawa bukti-bukti yang nyata dan telah kami turunkan bersama mereka al kitab dan neraca (keadilan) supaya manusia dapat melaksanakan keadilan. Dan kami ciptakan besi yang padanya terdapat kekuatan yang hebat dan berbagai manfaat bagi manusia, (supaya mereka mempergunakan besi itu) dan supaya Allah mengetahui siapa yang menolong (agama)-Nya dan rasul-rasul-Nya padahal Allah tidak dilihatnya. Sesungguhnya Allah Maha kuat lagi Maha perkasa*”. (Qs. Al Hadid: 25).³⁷ Menekankan pentingnya adanya keadilan dalam setiap sektor baik ekonomi, politik dan sosial.

4) Kholifah

Dalam doktrin Islam manusia di ciptakan Allah untuk menjadi kholifah (wakil Allah) dimuka bumi sebagaimana firman-Nya dalam surat Al Baqoroh ayat 30:

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَنْ يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ ﴿٣٠﴾

Artinya “*ingatlah ketika Tuhan mu berfirman kepada para malaikat : sesungguhnya Aku hendak menjadikan seorang kholifah dimuka bumi. Mereka berkata: mengapa Engkau hendak menjadikan (kholifah) dibumi itu orang yang akan membuat kerusakan padanya dan menumpahkan darah, padahal kami senantiasa bertasbih dengan memuji Engkau dan mensucikan Engkau? Tuhan berfirman: sesungguhnya Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui*” (Qs. Al Baqoroh:30).³⁸

³⁷Departemen Agama Republik Indonesia, *Al Qur'an dan Terjemahan*, 904.

³⁸Departemen Agama Republik Indonesia, *Al Qur'an dan Terjemahan*, 13.

Manusia telah diberkahi dengan semua kelengkapan akal, spriritual, dan meteriil yang memungkinaknya untuk mengemban misi-Nya dengan efektif. Fungsi ke kholifahan manusia adalah untuk mengelola alam dan memakmurkan bumi sesuai dengan ketentuan dan syariat Allah. Dalam mengemban tugas-Nya sebagai kholifah ia diberi kebebasan dan juga dapat berfikir serta menalar untuk mengatakan, bahwa: “sebaik-baik manusia adalah yang bermanfaat bagi orang lain”.

2. Kerja Dan Produktifitas

Dalam Islam, bekerja dinilai suatu kebaikan dan sebaliknya kemalasan dinilai sebagai keburukan dalam kepustakaan Islam cukup banyak buku-buku yang menjelaskan secara rinci tentang etos kerja dalam Islam. Dalam pandangan Islam bekerja merupakan ibadah sebuah hadist menyebutkan bahwa bekerja adalah *jihad fi sabilillah*:

Artinya: “*sabda Nabi SAW: siapa yang bekerja keras untuk mencari nafkah keluarganya maka ia adalah mujahid fi sabilillah*” (HR. Ahmad)

Berniat untuk bekerja dengan cara yang sah dan halal menuju ridho Allah adalah visi dan misi setiap muslim. Berpangku tangan merupakan perbuatan tercela dalam Islam. Umar berkata, “*janganlah salah seorang dari kamu duduk di masjid dan berdoa, ya Allah berilah aku rezeki*”. Sedangkan ia tau bahwa langit tidak akan menurunkan hujan emas dan hujan perak.

Sebagaimana firman Allah SWT dalam surat Al Baqoroh

ayat 282:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى
فَأَكْتُبُوهُ ۚ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ ۚ وَلَا يَأْب كَاتِبٌ أَنْ
يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ ۚ فَلْيَكْتُبْ وَلْيَمْلِكِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ
وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ ۚ وَلَا يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْئًا ۚ فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ
سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ أَنْ يُمِلَّ هُوَ فَلْيَمْلِكْ وَلِيُهُ بِالْعَدْلِ
ۚ وَأَسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رِجَالِكُمْ ۚ فَإِنْ لَمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ
وَأَمْرَاتَانِ مِمَّنْ تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَنْ تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكَّرَ
إِحْدَاهُمَا الْآخَرَىٰ ۚ وَلَا يَأْب الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا ۚ وَلَا تَسْمَعُوا أَنْ
تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ أَجَلِهِ ۚ ذَٰلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمُ
لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا ۚ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجْرَةً حَاضِرَةً
تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا وَأَشْهَدُوا إِذَا
تَبَايَعْتُمْ ۚ وَلَا يُضَارَّ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ ۚ وَإِنْ تَفَعَّلُوا فَإِنَّهُ فَسُقُ
بِكُمْ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ وَيَعْلَمُكُمْ اللَّهُ ۚ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ ﴿٢٨٢﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, meka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa

kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripada hutangnya. jika yang berhutang itu orang yang lemah akalnya atau lemah (keadaannya) atau Dia sendiri tidak mampu mengimlakkan, Maka hendaklah walinya mengimlakkan dengan jujur. dan persaksikanlah dengan dua orang saksi dari orang-orang lelaki (di antaramu). jika tak ada dua oang lelaki, Maka (boleh) seorang lelaki dan dua orang perempuan dari saksi-saksi yang kamu ridhai, supaya jika seorang lupa Maka yang seorang mengingatkannya. janganlah saksi-saksi itu enggan (memberi keterangan) apabila mereka dipanggil; dan janganlah kamu jemu menulis hutang itu, baik kecil maupun besar sampai batas waktu membayarnya. yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah dan lebih menguatkan persaksian dan lebih dekat kepada tidak (menimbulkan) keraguanmu. (Tulislah mu'amalahmu itu), kecuali jika mu'amalah itu perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, Maka tidak ada dosa bagi kamu, (jika) kamu tidak menulisnya. dan persaksikanlah apabila kamu berjual beli; dan janganlah penulis dan saksi saling sulit menyulitkan. jika kamu lakukan (yang demikian), Maka Sesungguhnya hal itu adalah suatu kefasikan pada dirimu. dan bertakwalah kepada Allah; Allah mengajarmu; dan Allah Maha mengetahui segala sesuatu.

d. Norma Dalam Etika Berbisnis

1) Larangan *Najash*

Menawar harga tanpa memiliki maksud untuk mengambil kiriman komoditas di istilahkan sebagai “*Najash*” dan tidak diperbolehkan. Nabi Muhammad SAW pernah mengatakan; “seorang najisu (orang yang mengabdikan sebagai agen yang menawarkan harga dalam pelelangan) dikutuk sebagai mengambil riba”. Sebagaimana disampaikan oleh hakim dalam hadist shohihnya, Nabi bersabda: “jika ada orang yang turut campur

dipasar untuk menciptakan kenaikan harga, maka Tuhan melemparnya ke neraka”. Praktek ini bukan hanya tidak etis, melainkan juga berbahaya bagi masyarakat, karna dapat menciptakan kekacauan dalam pasar.

2) Larangan *Khalabah* (Pemasaran yang menyesatkan)

Khalabah berarti menyesatkan, seperti merayu-rayu pembeli yang polos dan kurang hati-hati dengan melebih-lebihkan mutu produk yang dijual. Hal ini dilarang karena tidak etis, karena seseorang menampilkan produknya dengan cara tertentu, sementara kenyataannya tidak begitu. Oleh sebab itu, pemasaran manipulatif dan berlebihan serta tidak sesuai fakta dagangannya adalah dilarang. Sebagaimana dilaporkan Imam Muslim dalam hadist shahihnya Nabi Muhammad SAW, bersanda:

Artinya: “mengurangi janji terlalu banyak sambil menjual atau berdagang, karna diharapkan itu dapat mendongkrak bisnis (diawalnya), namun (akhirnya) akan membawa pada kerusakan”.

Iklan yang menyesatkan juga tercakup oleh larangan ini.

3) Keterbukaan, Tranparansi dan Membantu Pemeriksaan

Syari’ah menaruh keutamaan besar bagi peran informasi dalam pasar. Seseorang harus memberikan kesempatan luas kepada pembeli untuk melihat dan memeriksa produk yang akan dibelinya. Informasi yang tidak akurat atau menipu adalah dilarang dan dinilai sebagai sebuah dosa. Nabi Muhammad SAW,

pernah berkata: “mendustai seseorang *mustarshal* (seorang peserta baru atau tidak dikenal didalam pasar) adalah riba”.

Menyimpan segala informasi yang berhubungan dengan harga atau penyusunan sebuah kontrak dengan cara tertentu dimana para pihak dalam kontrak tidak mengetahui atau menyadari spesifikasi pokok isi masalah atau jumlah harga pembanding dimaksudkan sebagai gharar dan jahl, yang dilarang sebagaimana telah dibahas sebelumnya. Maka, sistem etika Islam mengharuskan seluruh informasi yang terkait dengan penilaian aset harus sama-sama bisa diakses oleh seluruh investor pasar. Hal ini konsisten dengan hak-hak para pihak untuk memiliki informasi yang penting dan bebas dari salah tafsir.

4) Memenuhi kesepakatan dan Kewajiban

Dari dua belas perintah yang ditunjukkan pada kaum muslim dalam Al Qur'an pada surat bani israil, beberapa diantaranya berhubungan dengan pemenuhan hasil kesepakatan atau persetujuan dan tidak mencurangi harta mereka yang lemah didalam masyarakat dan tepatilah perjanjian. Sebagaiman firman Allah SWT dalam surat Al Isra' ayat 34:

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ^ج
وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ^ط إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا

Artinya: dan janganlah kamu mendekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih baik (bermanfaat) sampai ia dewasa dan penuhilah janji; Sesungguhnya janji itu pasti diminta pertanggung jawaban.

Kontrak bisnis dan keuangan berkonskuensi pada hak dan kewajiban para pihak dan pihak yang menerima tanggung jawab harus memenuhi kewajiban sebagaimana kesepakatan dalam kontrak. Syari'ah menekankan tak hanya pemenuhan kontrak namun juga janji atau kesepakatan bersama. Salah satu ciri kemunafikan, yang dijelaskan dalam syari'ah adalah bahwa mereka tak pernah memenuhi janji.

5) Larangan penimbunan barang (*Ihktikar*)

Islam mengajak kepada pemilik harta untuk mengembangkan harta mereka dan menginvestasikannya. Sebaliknya melarang mereka untuk membekukan dan tidak mengfungsikannya maka tidak boleh bagi pemilik tanah menelantarkan tanahnya dari pertanian, apabila masyarakat memerlukan apa yang dikeluarkan oleh bumi berupa tanaman dan buah-buahan. Demikian pula pemilik pabrik dimana manusia memerlukan produknya, karna ini bertentangan dengan prinsip "*Istighlaf*" (amanah pemimjaman dari Allah). Demikian juga tidak diperbolehkan bagi pemilik barang untuk menimbun dan menahanya dari peredaran, sedangkan masyarakat dalam keadaan membutuhkan untuk mengfungsikan barang itu untuk hal-hal yang bermanfaat dan dapat membawa dampak berupa terbukanya

lapangan kerja bagi para pengangguran dan menggairahkan aktifitas perekonomian.³⁹

e. Prilaku Bisnis Yangterlarang

1) Larangan Riba

Riba secara bahasa bermakna: *ziadah* (tambahan) dalam pengertian lain secara istilah teknis, riba berarti pengambilan tambahan dari harta pokok atau modal secara bathil. Namun secara umum riba adalah pengambilan tambahan, baik dalam transaksi jual beli maupun pinjam meminjam secara bathil atau bertentangan dengan prinsip muamalah dalam Islam.

Perilaku riba bagaikan segumpal darah yang menyerap darah orang-orang yang bekerja keras, sedangkan ia tidak bekerja apa-apa, tetapi ia tetap memperoleh keuntungan yang berlimpah ruah. Dengan demikian semakin lebar jurang pemisah dibidang sosial ekonomi antara kelompok-kelompok yang ada. Oleh karena itu, Islam sangat keras dalam mengharamkan riba dan memasukanya diantara dosa besar yang merusak, mengancam orang yang berbuat demikian dengan ancaman yang sangat berat.⁴⁰

Firman Allah SWT dalam surat Ar-Rum ayat 3:

³⁹Ali Hasan, *Berbagai Mcam Transaksi Dalam Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), 152.

⁴⁰Karnain Perwata'an Matja dan Syafi'i Antonio, *Apa dan Bagaimana Bank Islam*, (Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1992), 13.

فِي أَدْنَى الْأَرْضِ وَهُمْ مِنْ بَعْدِ عَلَيْهِمْ سَيَغْلِبُونَ ﴿٢٠﴾

Artinya: di negeri yang terdekat dan mereka sesudah dikalahkan itu akan menang

Apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai ke ridho an Allah, maka yang berbuat demikian itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya).

2) Larangan Gharar (Tidak Jelas)

Gharar artinya resiko, peluang, bertaruh atau resiko (*khatar*), *khatar* atau gharar ditemukan jika diwajibkan dari beberapa pihak atau kontrak bersifat tidak pasti atau tidak jelas. Dalam terminologi dari para ahli hukum. Disebutkan gharar adalah jual beli sesuatu yang tidak ada di tangan atau jual beli sesuatu yang konsekuensinya (*aqhibah*) tidak diketahui atau sebuah jual beli yang mengandung bahaya dimana seseorang tak mengetahui apakah itu akan terjadi atau tidak. Misalnya jual beli ikan koi didalam air atau seekor burung di udara.

Imam Malik mengartikan gharar sebuah jual beli sebuah obyek yang tidak ada, jadi mutunya bagus atau buruk, tidak diketahui oleh calon pembeli sebagaimana disebutkan diatas, gharar berhubungan lebih erat dengan “ketidak pastian” ketimbang resiko sebagaimana digunakan dalam terminologi dagang. Contoh dari gharar yaitu menjual barang dan si penjual tak mampu mengirimnya, karna ini melibatkan pihak mitra atau resiko pelunasan. Itulah mengapa, untuk barang-barang yang tercakup

oleh materi salam (yang diperbolehkan) adalah penting diketahui bahwa komoditas yang relevan tersedia dipasar, setidaknya disaat waktu pengiriman telah ditetapkan.⁴¹

⁴¹Noor Harisuddin, *Fiqih Muamalah 1*, (Surabaya: Pena Salsabila, 2014).

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.⁴² Dalam suatu penyusunan karya ilmiah maka penggunaan metode adalah mutlak diperlukan karena disamping untuk mempermudah penelitian juga sebagai cara kerja yang efektif dan rasional guna mencapai hasil penelitian yang optimal. Selain itu penelitian merupakan suatu sarana (ilmiah) bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, maka metode penelitian yang diterapkan harus senantiasa disesuaikan dengan ilmu pengetahuan yang menjadi induknya

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif (field research), yaitu suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa tulisan dan perilaku yang diamati dari subjek itu sendiri. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi lapang yang merupakan pengujian secara rinci terhadap suatu latar, satu subjek, atau peristiwa tertentu.

Pendekatan penelitian berisikan uraian tentang pendekatan penelitian yang dipilih, yaitu pendekatan penelitian kualitatif. Sementara jenis penelitian misalnya dapat mengambil jenis studi kasus, etnografi, penelitian tindakan

⁴²Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 2.

kelas, dan atau jenis lainnya. Penentuan pendekatan dan jenis penelitian harus diikuti oleh alasan-alasan.⁴³

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif, melibatkan pengukuran tingkatan suatu ciri tertentu, artinya penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif

Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut seutuhnya, pendekatan ini dilakukan untuk memahami tentang apa yang dialami oleh subjek misalnya: perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian menunjukkan dimana penelitian dilakukan. Wilayah penelitian biasanya berisi tentang lokasi (desa, organisasi, peristiwa, teks, dan sebagainya) dan unit analisis.⁴⁴ Penelitian ini berlokasi di UD. Tepat Guna Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember. Di Kabupaten Jember khususnya Desa Suci merupakan salah satu tempat produksi alat dapur aluminium. Peneliti memilih UD. Tepat Guna karena UD Tepat Guna merupakan salah satu UD yang mampu menembus pasar luar negeri dibandingkan dengan UD lain yang ada di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember. Desa Suci memiliki 3 dusun, yaitu dusun glengseran, dusun glundengan, dusun gaplek, luas desa suci 60 km, dengan jumlah penduduk 12.967 jiwa (2018). Adapun batas-batas wilayahnya sebagai berikut

1. Sebelah utara berbatasan dengan desa kemiri

⁴³Ibid., 74.

⁴⁴IAIN Jember, "*Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*", (Jember: IAIN Jember Press, 2017), 74.

2. Sebelah selatan berbatasan dengan desa serut
3. Sebelah barat berbatsan dengan desa pakis
4. bagian timur berbatasan dengan dusun gaplek

C. Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan key informan dalam pengumpulan data. Dalam hal ini peneliti akan menggali data dari orang yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan. Data dalam penelitian ini adalah semua data dan informasi yang diperoleh dari para informan yang dianggap paling mengetahui secara rinci dan jelas mengenai focus penelitian yang diteliti. Selain itu diperoleh dari hasil dokumentasi yang menunjang terhadap data yang berbentuk kata-kata tertulis maupun tindakan. Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan data sekunder. Sedangkan pengertian sumber data yakni para informan yang memberikan informasi yang dibutuhkan peneliti.

1. Data Primer

Data yang akan didapatkan peneliti yaitu akan menggunakan wawancara, observasi, dokumentasi. Informasi tersebut akan peneliti dapatkan dari pemilik perusahaan, pekerja dan juga konsumen.

2. Data Sekunder

Data sekunder yang digunakan oleh peneliti yakni berupa rujukan dari buku-buku, majalah, jurnal, dan artikel yang berkaitan dengan judul ini.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Selalu ada hubungan antara metode pengumpulan data dengan masalah penelitian yang ingin di pecahkan.⁴⁵ Dalam penelitian ini digunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Metode Observasi

Metode observasi yaitu cara pengumpulan data yang dilakukan secara sistematis dan sengaja, yakni melakukan pengamatan dan pencatatan atas gejala sudah diteliti dengan melibatkan diri dalam latar yang sedang diteliti. Metode ini digunakan untuk mengetahui langsung apa yang terdapat di lapangan mengenai implementasi kewajiban pelaku usaha dalam produksi alat dapur aluminium.

2. Metode Wawancara

Wawancara merupakan proses Tanya jawaban antara informan dan peneliti yang berlangsung secara lisan dimana dua orang atau lebih bertatap muka secara langsung mendengarkan informasi-informasi atau keterangan yang dibutuhkan.⁴⁶ Metode ini mencakup cara yang dipergunakan seseorang untuk suatu tujuan tertentu, mencoba mendapatkan keterangan secara langsung dari seseorang atau informan. Pewawancara bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan pelaku usaha produksi alat dapur aluminium dengan focus penelitian. Data ini akan diperoleh dari pekerja dan konsumen.

⁴⁵Mohammad Nazir, "*Metode Penelitian*", (Jakarta: Galhia Indonesia, 2005), 174.

⁴⁶CholidNarbukodkk, *Metode Penelitian* (Jakarta: PT. BumiAksara, 2010), 83.

3. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu suatu teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dari rekaman, foto, catatan khusus, dan lain sebagainya. Melalui teknik ini peneliti akan mengumpulkan data-data yang diperlukan di tempat atau lokasi penelitian mengenai catatan khusus, rekaman atau foto dan sebagainya berkaitan dengan penelitian yang didapatkan dari informan.

E. Analisis Data

Analisis data merupakan salah satu langkah penting dalam rangka memperoleh temuan-temuan hasil penelitian. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik deskriptif. Analisis deskriptif yaitu penelitian ini menggambarkan atau menjelaskan fenomena yang ada baik alamiah maupun yang buatan manusia. Dalam penelitian ini menggunakan teknik deskriptif yaitu menjelaskan semua fenomena terkait dengan kewajiban pelaku usaha dalam jual beli produk dapur aluminium yang dikaitkan dengan UU No 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

F. Keabsahan Data

Untuk mengetahui keabsahan data dalam penelitian ini memakai data Triangulasi Sumber. Triangulasi berarti teknik yang digunakan dalam penelitian yang mendapatkan data dari tiga sudut berbeda. Data triangulasi ialah menggunakan berbagai sumber data, seperti dokumen, arsip, hasil wawancara, observasi, dan lain sebagainya. Teknik triangulasi yang digunakan dalam penelitian ada dua cara: yaitu pertama, menggunakan triangulasi

sumber, yaitu membandingkan perolehan data pada teknik yang berbeda dalam fenomena yang sama. Kedua, menggunakan triangulasi dengan metode, yaitu membandingkan perolehan data dari teknik pengumpulan data yang sama dengan sumber yang berbeda.⁴⁷

G. Tahap-Tahap Penelitian

Dalam metode penelitian yang menaati metode ilmiah, tahapan tahapan penelitian harus sistematis dan terstruktur atau perencanaan dengan matang. Tahapan tersebut antarlain⁴⁸, yaitu:

1. Tahap sebelum kelapangan, meliputi kegiatan:
 - a. Menyusun rancangan penelitian
 - b. Memilih lapangan penelitian
 - c. Menentukan focus penelitian
 - d. Konsultasi focus penelitian
 - e. Menghubungi lokasi penelitian
 - f. Mengurus perizinan
 - g. Menyiapkan perlengkapan penelitian
2. Tahap Penelitian Lapangan, meliputi kegiatan:
 - a. Memahami latar belakang penelitian dan persiapan diri
 - b. Memasuki lokasi lapangan
 - c. Pengumpulan data atau informasi yang terkait dengan focus penelitian
 - d. Pencatatan data

⁴⁷M. Djamal, *Paradigma Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), 93.

⁴⁸Boedi Abdullah dan Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, (Bandung : CV. Pustaka Setia, 2014), 85.

- e. Menganalisa data dengan menggunakan prosedur penelitian yang telah ditetapkan
3. Tahap Akhir Penelitian Lapangan
 - a. Penarikan kesimpulan
 - b. Menyusun data yang telah ditetapkan
 - c. Kritik dan saran
 4. Tahap Penelitian Laporan, meliputi kegiatan:
 - a. Penyusunan hasil penelitian
 - b. Konsultasi hasil penelitian
 - c. Perbaikan hasil konsultasi
 - d. Pengurusan kelengkapan persyaratan ujian
 - e. Munaqosah skripsi

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Sejarah UD Tepat Guna

UD. Tepat Guna merupakan salah satu perusahaan home industry alat dapur aluminium terbesar di Desa Suci, perusahaan ini berjarak sekitar 20 km dari pusat Kota Jember. Hampir mayoritas penduduk Desa Suci menggantungkan hidupnya dari usaha pembuatan perkakas alat dapur yang berbahan aluminium. Salah satu sentra home industri alat dapur terbesar di Suci adalah UD. Tepat guna. Pemilik sentra home industri alat dapur di UD. Tepat guna ini bernama H. Sanusi Berdasarkan keterangan beliau usaha ini sudah turun temurun di keluarganya, toko yang ia beri nama UD. Tepat guna ini memproduksi 19 jenis perabotan dapur, seperti oven, dandang, panci, loyang kue, hingga wajan. Harga barang-barang itu di bandrol mulai dari Rp.2.500 sampai dengan Rp. 350.000. Dalam sebulan bisa memproduksi dan menjual 200 jenis barang yang di bantu oleh 4 orang anak buahnya dengan omzet sekitar 20 juta perbulan. Bila sedang ramai pesanan bisa lebih dari itu biasanya produksi melonjak mendekati bulan ramadhan sampai hari raya idul fitri.

2. Letak Geografis

Suci merupakan salah satu desa yang ada di Kecamatan Panti Kabupaten Jember. Desa Suci memiliki 3 dusun, yaitu dusun Glengseran, dusun Glundengan, dusun Gaplek. Luas Desa Suci 60 km, dengan jumlah

penduduk 12.967 jiwa (2018). Adapun batas batas wilayahnya sebagai berikut

- a. Sebelah utara berbatasan dengan desa kemiri
- b. Sebelah selatan berbatasan dengan desa serut
- c. Sebelah barat berbatsan dengan desa pakis
- d. bagian timur berbatasan dengan dusun gaplek
- e. UD.tepat guna berada sekitar 500 meter dari balai desa suci terletak di RT 07 RW 08 UD. Tepat guna tepatnya di dusun glengseran.

B. Penyajian Data dan Analisis

Penyajian data merupakan pendeskripsian data yang di peroleh dari hasil penelitian secara keseluruhan. Penyajian data merupakan langkah yang penting dalam suatu penelitian dalam menggambarkan kejadian kejadian yang sebenarnya di dalam suatu objek penelitian untuk kemudian di lakukan suatu analisis dari data yang di peroleh. Dalam penyajian data kali ini yaitu tentang kewajiban pelaku usaha dalam jual beli produk dapur aluminium di UD.Tepat Guna perspektif UU No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Etika Bisnis Islam

1. Kewajiban Pelaku Usaha Dalam Jual Beli Produk Dapur Aluminium Di UD. Tepat Guna di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember Perspektif UU No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Dalam penyajian data, peneliti akan menyajikan data dalam bentuk pemaparan hasil wawancara dan observasi dari beberapa pihak yang

terkait tentang praktek produksi alat dapur aluminium di UD. Tepat Guna, di dalam UUPK pasal 7 pelaku usaha wajib menjalankan kegiatannya sesuai hukum yang berlaku, untuk melakukan wawancara peneliti langsung mendatangi rumah pemilik UD. Tepat Guna dan beberapa pekerja UD tersebut untuk mengetahui apakah di UD. Tepat Guna sudah menjalankan kewajibannya, di antaranya bapak H. Sanusi selaku pemilik UD. Tepat Guna. Terkait Sejarah UD. Tepat Guna Beliau mengatakan:

“Turun temurun le molai mbah sek bujang, sampek mbahe aku ngajari neng bapakku le , terus aku di ajari mbek bapakku tahun 1987 sampe aku nikah sampe aku gae bukak toko dewe tahun 1995 lambat laun akeh peningkatan sampe aku due loro karyawan taon 2000 sampe 2019 pegaene aku onok wong 6 , 2 megawe dtoko seng 4 d omae dewe”.

Turun temurun mas, sejak kakek masih bujang, sampai akhirnya kakek saya mengajarkannya kepada ayah saya, dan saya pun di ajari oleh bapak saya sejak tahun 1987 sampai aku nikah hingga aku memulai membuka usaha sendiri tahun 1995, lambat laun mengalami peningkatan, hingga aku membuka toko sampai punya 6 orang karyawan, tahun 2000 sampai 2019 yang produksi di toko ada 2 orang yang 4 orang menggarap dirumahnya.⁴⁹

Hal tersebut di sampaikan juga oleh yudi selaku pekerja

“Sejarahe toko iku ngadek tahun 1995 terus ben tahun mengalami peningkatan sampek saiki, terus aku dewe melok pak kaji 2 tahun sak marine toko seng bukak, neng toko iku aku awale Cuma gae pirang macem perabotan pawon seng bedo bedo saiki meh kabeh perabotan pawon genep neng toko”

⁴⁹ Sanusi, *wawancara*, 03 juni 2019

Bahwa sejarah berdirinya toko tersebut didirikan tahun 1995 yang pada akhirnya mengalami peningkatan dari tahun ke tahun sampai sekarang, sedangkan saya sendiri bekerja dengan pak haji sanusi 2 tahun setelah berdirinya toko tersebut, di toko tersebut awalnya hanya memproduksi beberapa macam barang saja yang beda sama sekarang hampir semua peralatan dapur ada di toko tersebut⁵⁰.

Pernyataan di atas juga sama apa yang di sampaikan Mujayyin selaku pekerja dari bapak H. Sanusi,

“Sejarah e toko UD Tepat Guna iki ngadek teko tahun 1995 aku dewe uwes melok mulai mbangun toko iki sampai sak iki sek tetep melok kaji, bien melok kaji mulai teko gurung buka toko dampek saiki eo sek melok kaji”

Sejarah berdirinya toko UD.Tepat Guna berdiri sejak tahun 1995 dan saya mulai pembangunan toko ikut serta sampai sekarang saya masih ikut beliau, sebelum beliau membuka toko sendiri.

Dari hasil wawancara di atas dapat di simpulkan bahwa sejarah berdirinya UD.Tepat guna berdiri sejak tahun 1995 yang memproduksi berbagai peralatan dapur yang berbahan dasar aluminium hingga sampai saat ini.

Tata Cara Pembuatan/Produksi

Dalam tata cara pembuatan produk dapur peneliti langsung melakukan wawancara dengan pemilik UD. Tepat Guna

Berikut keterangan Proses produksi yang ada di toko UD.Tepat Guna yang di sampaikan oleh Haji sanusi di antaranya

⁵⁰Yudi, *Wawancara*, 05 juni 2019

“Bahan dasare aluminium aku tukune nang suroboyo mas neng jalan semarang, onok kawat, paku aluminium terus alate seng gae gawe onok gunting aluminum, petil, pengerolan, tang, meteran, gunting kawat, jongko, gaene aluminium di ukur podokne ambek ukurane opo seng arep di gae, semisal arep gae dandang yo ngukure gae dandang terus di potong di roll di kei kawat pas di bentuk koyok dandang, terus mari ngunu di paku, terus ulie gaene aku gak ngewei keterangan utowo label neng barang seng wes mari polae ket biyen aku yo ngunu gaene mas, mbekneh pelangganku wes percoyo garapanku koknek apik apik”.

“Bahan aluminium yang bahan dasarnya ini beli di surabaya tepatnya jalan semarang , kawat, dan paku aluminium, kemudian alat untuk membuat ada gunting aluminium, martil, pengerolan, tang, meteran, gunting kawat, jangka. Pembuatannya aluminium di ukur sesuai dengan ukuran apa yang mau di buat semisal mau membuat dandang, kemudian di potong, kemudian di roll, di kasi kawat, di bentuk sesuai bentuk dandang, kemudian dipaku mas, dan hasil dari pembuatan saya tidak memberikan keterangan atau label di barang yang sudah selesai karena memang gitu dari dulu mas, selesai garap langsung di jual, lagian pelanggan saya sudah percaya sama saya kalau kualitas barang saya bagus”.⁵¹

Demikian juga di sampaikan juga oleh bapak yudi menurut keterangan yudi

“Neng kene aku bagian gae oven dandang mas, nek gae oven bahane rodok akean mbe rodok suwi gaene polae ono kocone, nang kene aku ga weruh mas masalah kewajiban, aku weuhe mek gur diwei bahan karo kaji terus di kon gae opo, tapi nek keterangan seng onok neng produk iku gaonok mas biasae kaji gur ngewei teko omongane ae mengenai komposisi barang, proses gaene iso sampe rong dino nek gae oven tapi nek dandang gur sedino, bahan aluminium iku akeh maceme mas molai seng kandel mbe seng tipis onok 0,5 0,6 0,7 0,8 0,9 sampe satu mili mas kadang pas waktu pemotongan mas antara 0,6 mbe 0,5 iku tipis bedone kadang aku sampe luput nek aku ga teliti, gaene yo di tekuk tekuk ampe bentuk pas di paku mas.”

“Disini saya bagian membuat oven kadang membuat dandang, kalau membuat oven bahannya agak banyak dan agak lama karna ada kacanya, di sini saya tidak tahu menahu masalah kewajiban saya yang lain saya taunya hanya dikasih bahan sama membuat apa

⁵¹H. Sanusi *Wawancara* 03 juni 2019

yang di suruh sama haji sanusi, tapi kalau keterangan yang ada di produk tidak ada mas biasanya haji sanusi yang memberi keterangan tentang produk itu melalui lisan saja karena tidak ada label yang menjelaskan tentang komposisi barang. proses pembuatan bisa sampai 2 hari tapi kalo membuat dandang hanya perlu waktu 1 hari karena tidak ada kacanya, bahan aluminium itu banyak macamnya mas mulai dari yang tipis hingga yang tebal ada 0,5 0,6 0,7 0,8 0,9 sampai satu mili mas kadang pas waktu pemotongan antara bahan yang 0,5 dan 0,6 itu tercampur bahanya kalau saya tidak teliti. pembuatanya ya di pukul pukul di bentuk sedemikian rupa di roll sampai bulat kemudian di paku”⁵²

Keterangan dari bapak yudi juga di perkuat oleh mujayyin, mengatakan bahwa:

“Nang kene proses gawene gawe manual ora podo karo koyok tek pabrik, kadang aku lali lak pas uwes akeh seng dadi, kadang bahan aluminium ikuh di campur teko ukuran seng tipis karo seng kandel barang seng biasa tak gawe koyok langsung bunder, dandang bakso, parot kat bien produk dapur iki ora ono stiker seng jelaske komposisi barang polae wes terkenal molai disek nek barange apik dadi wes ga perlu nerangne neng stiker cukup teko omongan ae, gae panci yo podo karo laine ma di ukur di potong di tekuk terus di paku”.

“Disini proses pembuatannya karena menggunakan manual jadi tidak sama dengan pabrik, terkadang aku lupa kalau udah banyak yang jadi, kadang bahanya tercampur antara yang tipis dengan yang tebal barang yang saya buat antara lain langsung bulat dandang bakso dan parut kalo memang dari dulu dalam produk dapur di sini tidak ada yang menggunakan stiker komposisi barang karena sudah terkenal dari dulu ga pernah ada stiker atau yang lain mas, semua pelanggan tau kalo bahanya bagus, jadi di rasa ga perlu menenrangkan komposisi produk menggunakan stiker yang menjelaskan mengenai komposisi barang. membuat panci ya sama dengan membuat yang lainnya di ukur sesuai apa yang mau di buat menggunakan gunting kemudian kasih kawat di pukul di bentuk kemudian di paku mas”.⁵³

Dari hasil wawancara dapat di simpulkan bahwasanya tata cara pembuatan produk dapur yang berbahan dasar aluminium yaitu bahan

⁵²Yudi, Wawancara, 05 juni 2019

⁵³Mujayyin, Wawancara, 05 juni 2019

dasar aluminium di ukur sesuai dengan apa yang akan di buat kemudian bahan yang sudah di ukur kemudian di potong sesuai ukuran kemudian di pasang kawat kemudian di bentuk sedemikian rupa kemudian di paku, selain itu hal yang menarik untuk di kaji adalah keterangan pemilik toko dan pekerja. Yang menerangkan bahwasanya produk barang yang di hasilkan tidak ada sesuatu yang menerangkan mengenai komposisi barang beliau hanya menjelaskan bahwa barang itu bagus, hal ini tentunya bertentangan dengan uu no 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen pasal 7 kewajiban pelaku usaha yang isinya adalah beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, memberikan informasi yang jelas, dan jujur mengenai kondisi barang, melayani konsumen dengan benar, jujur dan lain sebagainya, namun pada kenyataanya pelaku usaha UD.Tepat Guna tidak sesuai dengan teori, jika dilihat di UUPK pasal 5 mengenai kewajiban konsumen, poin a bahwa konsumen wajib membaca keterangan produk barang, namun di dalam produk tersebut tidak ada keterangan mengenai kualitas barang dari sini bisa dilihat bahwa posisi konsumen sangat lemah dengan minimnya pengetahuan terkait produk dapur .

Proses jual beli produk dapur aluminiumpeneliti melakukan wawancara dengan haji sanusi selaku pemilik toko, beliau mengatakan:

“Nek jual beli produk dapur podo ae mas karo laine onok barang onok duit iso towo towoan, seng tuku yo bebas milih barang seng mbok senengi, aku Cuma ngewei keterangan teko omongan tok mas gak gae stiker utowo label ”

“Kalau jual beli produk dapur aluminium sama saja dengan jual beli pada umumnya ada uang ada barang ada tawar menawar juga, dan pembeli boleh memilih barang yang saya produksi, kalau pembeli macam macam ada yang jeli ada yang biasa aja terkadang

mereka tidak tahu barang kalo saya mengatakan bagus mereka pasti langsung percaya karena mereka melihat dari segi bentuk barangnya yg mengkilap”

Demikian juga di sampaikan oleh yudi terkait proses jual belinya

“Proses podo ae mas jual beli yo onok duit onok barang, nek perkoro laine aku kurang paham mas polae aku werue Cuma sebatas iku”.⁵⁴

“Prosesnya sama mas jual beli ya ada uang ada barang terkait dengan yang lainnya saya kurang paham karena saya taunya hanya sebatas itu.”

Demikian juga sama halnya yang di sampaikan oleh mujayyin yang mengatakan

“Jual beline podo ae mas koyok laine onok seng tuku onok seng ngedol aku dekene Cuma tukang gae ae kan seng ngedol kaji biasae pembeli kadang kurang teliti karo barang seng di tuku, polae neng barang iku ga di jelasne komposisi barang seng tuku Cuma oleh info teko lisan ae.

“Jual belinya ya jual beli kayak biasanya mas ada pembeli ada penjual saya di sisni hanya membuat barangnya saja, kan yang menjual otomatis pak haji, biasanya pembeli kadang tidak teliti sama barang yang di belinya, karena di barang tersebut tidak ada keterangan mengenai komposisi barang, terkadang pembeli tidak tahu mengenai kualitas barang yang di produksi, kebanyakan pembeli hanya melihat dari bentuk barangnya yang mengkilap”.⁵⁵

Peneliti juga melakukan wawancara dengan ibu yuliatin menurut keterangan beliau

“Saya sudah lama langganan beli di toko ini mas, sekitar 3 tahunan saya menggunakan alat masak yang di produksi oleh toko haji sanusi ini, selain bahannya bagus harganya bisa di tawar, saya memang tidak pernah melihat ada keterangan komposisi bahan yang ada di barang yang saya beli, tapi saya hanya melihat kalau barang tersebut masih mengkilap jadi sudah saya anggap bagus

⁵⁴Yudi, *Wawancara*, 05 juni 2019

⁵⁵Mujayyin, *Wawancara*, 05 juni 2019

mas. karena saya sudah berlagganan sama haji sanusi saling percaya lah”.

Dari hasil wawancara di atas dapat di simpulkan bahwasanya di dalam Produk dapur aluminium memang tidak ada hal yang menjelaskan mengenai komposisi bahan pada barangtersebut pembeli hanya melihat pada bentuk barang yang di lihat masih mengkilap jadi sudah mereka anggap bagus, padahal kualitas barang tersebut bukan terletak pada bentuk fisik barang yang mengkilap akan tetapi ada pada ketebalan yg ada pada bahan tersebut, namun di dalam produk tersebut tidak di beri keterangan mengenai komposisi barang apakah itu kualitas bagus atau biasa, konsumen tidak akan paham mengenai hal tersebut.

Perbedaan Produk UD.Tepat Guna dengan Pabrik

“Bedane kui yo teko alate mas nek neng kene manual nek neng pabrik yo kan gae mesin press, Cuma nek garapane pabrik tipis bahane, nek nang kene bahane kandel mas, polae nek gae seng tipis cepet rusak mas meski hasile ga sehalus pabrik cuman yo sek layak jual mas, malah luweh akeh peminat neng kene polae kualitase apik, pilihane yo akeh iso pesen model pisan, nek neng pabrik kan kan ga iso nek tuku 1 mas gaiso tuku langsung kan adoh tempate terus kualitase tipis iso cepet rusak.”

“Bedanya dari alatnya mas kalau di sini alatnya manual kalau pabrikan menggunakan mesin press yang hasilnya sama, Cuma kalo hasil buatan pabrik tipis semua bahanya, kalau disini bahanya campur ada yang tipis juga ada yang tebal karena kalau menggunakan yang tipis saja tidak ada kombinasi mas jadi cepat rusak meskipun hasilnya tidak sehalus pabrikan tapi masih layak di jual malah lebih banyak peminatnya karena kualitas barangnya yang kelihatan tebal, di sini kualitas bahan tebal mas, dan pilihanya juga banyak mas bagus bagus bisa pesan model yang kita inginkan, kalo di pabrik kan kita ga mungkin bisa langsung beli ke pabriknya yang jauh, dan juga kita ga bisa beli 1 biji, lagian kualitas bahanya tipis tipis bisa cepet rusak”.

Penjualan Harga Jual

“Nek penjualane, selain pembeli nyang toko dewe yo aku ngeterne neng pasar pasar ambulu jenggawah pokok daerah jember kadang sampek keluar pulau le jakarta sumatra bali lombok pernah kirim ke brunai darussalam tapi iku wong indonesia seng menetap neng brunai, nek rego neng toko yo bedo mas mbe seng kirim neng pasar, soale nek kirim neng pasar yo onok ongkire tapi regone bedo sitik soale kan kulak.e akeh kan kape di dol maneh mbe wong pasar nek regone macem onok seng 2500 sampe 350.000”.⁵⁶

“Kalau penjualanya selain pembeli yang datang ke toko sendiri aku kirim ke pasar mas seperti pasar ambulu pasar jenggawah yang masih dalam lingkup jember kadang sampai keluar pulau mas jakarta sumatra bali lombok bahkan pernah kirim ke brunai darussalam tapi itu orang indonesia yang bekerja atau menetap di brunai, kalo harga di toko sama yang di kirim ke pasar ya beda mas soalnya kalau kirim ke pasar ya ada ongkirnya (ongkos kirim) tapi harganya beda sedikit soalnya kalo kirim ke pasar harga tengkulak karena mau di jual lagi sama orang pasar, kalau harganya macam macam mulai dari 2500 sampai 35000.

Tidak hanya disini peneliti juga mewawancarai ibu yuliatin selaku konsumen UD. Tepat Guna peneliti ingin mengetahui apakah ibu yuliatin sudah mendapatkan haknya atau tidak selaku konsumen

”saya di sini beli macem macem mas, ada yang harganya 6000 ada yang 65000 ada yang 170.000 dan 120.000 mas, kalau harga yang lain belum tau mas karena saya beli hanya sesuai kebutuhan saja. Mengenai hak haknya saya ya Cuma mendapatkan barangnya , mengenai kualitasnya ya kalo pak haji bilang bagus ya bagus, mengenai detailnya kualitas barang yang samean sampaikan tadi ya saya ga begitu paham mas, ya Cuma kepercayaan aja mas, perkara rugi gak rugi urusan sama yang di atas ”⁵⁷

⁵⁶H. Sanusi, *Waawancara*, jember 03 juni 2019

⁵⁷Yuliatin, *Wawancara*, jember 05 juni 2019

Berdasarkan hasil wawancara dari ibu yuliatin selaku konsumen UD.Tepat Guna dapat di simpulkan bahwa hak konsumen untuk mendapatkan informasi mengenai kualitas barang tidak sepenuhnya terpenuhi, jika mengacu pada undang undang perlindungan konsumen bahwa hak dan kewajiban konsumen tidak sepenuhnya di dapatkan oleh konsumen tersebut.

“Sejarahae aku melok pak kaji yo aku butuh kerjoan terus aku aku ajar neng wong tuoku disek tapi oleh rong wulan aku melok pak kaji kon gae panci terus mari ngunu aku nabung gae nglumpukno duit gae tuku alat dewe sampe saiki aku garap dewe dek omah.⁵⁸

“ sejarahnya dulu saya ikut kerja dengan haji nsanusi saya butuh pekerjaan , kemudian saya belajar membuat kerajinan alat dapur oleh bapak saya kemudian dapat 2 bulan ikut pak haji sanusi saya disuruh membuat panci kemudian saya nabung ngumpulkan uang buat beli alat sendiri sampai saya produksi dirumah.

“ bedane produksi alat dapur karo pabrik yo nek pabrikan iku kan alate akeh seng gae mesin, nah lek iki yo kan manual mas, hasile luweh alus pabrik tapi nek pabrik kan Cuma 1 macem bahane mas, nek iki kan macem onok seng tipis 0,5 0,6 0,7 0,8 sampe 1 mili dadi kualitas akehan iki maceme”.

“ bedanya produk dapur sini sama pabrik, kalau pabrikan kan alatnya banyak yang menggunakan mesin sedangkan disini manual, hasilnya lebih bagus pabrikan mas, namun kalau pabrikan kan hanya 1 macam bahanya kalu di sini kan macam macam kualitas bahanya mulai dari 0,5 0,6 0,7 0,8 sampai 1 mili jadi kualitas banyakan disini macamnya”.

“ carane gae yo di mal terus di potongi di roll di bentuk sesuai keinginan sampe terakhir di paku mas “

⁵⁸Sodikin, *Wawancara*, jember 07 mei 2019

“ cara membuatnya ya di ukur sesuai ukuran kemudian di potong dan di rol kemudian di bentuk sesuai keinginan kemudian yang terakhir di paku mas.”

“ cara bedakne kualitas barang seng wes dadi angel angel gampang mas opo maneh nek kacek.e setitik misal 0,5 mbe 1 mili gampang sek iso bedane tapi nek wes 0,7 mbe 0,8 iku seng angel bedakne kadang yo kepurup tapi nek iku yo urusane kaji kan seng akeh maceme di tokone kaji mas, nek aku neng kene Cuma gawe tok.”

“ cara membedakan kualitas barang yang sudah jadi susah susah gampang mas apalagi selisih ketebalan bahanya selisih sedikit, semisal 0,5 sama 1 mili itu masih bisa membedakan kualitas bahan, tapi kalau 0,7 sama 0,8 itu yang sulit membedakan, kadang ya ketukar, tapi kalau itu kan urusanya pak haji mas kan yang banyak macamnya barang ya di tokonya pak haji, saya disini hanya tukang buat saja.”

Pernyataan tersebut juga di perkuat oleh mas edi dan pak suarno pekerja UDTepat Guna yang menggarap di rumah sendiri.

“ nek cara gawene yo podo ae mas karo liane di mal di potong terus di roll pas di bentuk gae panci misal terus yo di paku , podo ae kok karo liane.

“ nek cara bedakne kualitas barang iku seng repot mas, angel angel gampang, masalae kan akeh maceme barang molai seng tipis ambe seng kandel nek aku dewe yo bingung mas kape bedakne, nek 0,5 ambe 1 mili aku iso bedakne, tapi nek wes 0,7 mbe 0,8 iku seng angel bedakne, nek aku kudu di tengeri disek iku bene gampang.⁵⁹”

“ kalau cara membuatnya ya sama mas sama yang lainnya di ukur sesuai keinginan kemudian di potong terus di roll kemudian di bentuk panci semisal kemudian di paku sama kalau proses pembuatanya kayak yang lain.

⁵⁹ Edi dan Suarno, *Wawancara*, 08 mei 2019

“ kalau cara membedakan kualitas barang itu yang sulit mas, susah susah gampang masalahnya kan banyak macam macam barang mulai dari kualitas tipis sampai yang tebal, kalau saya sendiri ya bingung mas kalau ga bener bener paham, kalau 0,5 sama 1 mili saya masih bisa membedakan, tapi kalau 0,7 sama 0,8 itu yang sulit, kalau sya sendiri harus di kasih tanda dulu biar gampang”.

Hal tersebut juga sama di sampaikan oleh mas joan pekerja UD Tepat Guna

“ cara gaene yo podo mas karo laine di mal sek terus di potong di bentuk sesuai ukurang gae dandang semisal, terus di paku uwes ngunu tok gaene.”

“ nek cara bedakne kualitas barang aku ga sepiro paham mas masalah kan akeh maceme barang opo maneh nek wes pur campur modele yo akeh pisan bentuk bahane podo tambah bingung aku nek ga di tengeri. Paling maki kaji yo bingung pisan nek wes dtoko, maen kiro kiro iku wes mas.

Nek tipis mbe kandel sek gampang mas, tapi nek wes 0,8 mbe 0,7 iku seng repot.⁶⁰”

“ cara membuatnya ya sama mas prosesnya sama yang lain di ukur dulu kemudian di potong kemudian di ukur sesuai ukuran dandang misalnya, kemudian di paku, gitu aja kalau cara membuatnya”.

“ kalau cara membedakan kualitas barang itu aku ga begitu paham mas masalahnya di toko kan banyak macemnya barang apalagi kalau di campur modelnya barang tambah bingung saya kalau tidak di kasi tanda sama saya. Mungkin pak haji bisa jadi keliru kalo ga di kasi tanda barang yang di toko, kalau tipis sama tebal masih gampang di bedakan tapi kalau sudah 0,8 sama 0,7 itu yang sulit di bedakan.

⁶⁰Joan, Wawancara, 10 mei 2019

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti bahwasanya permasalahan yang terjadi terhadap pelaku usaha di UD. Tepat Guna minimnya pengetahuan mengenai hukum yang berlaku terkait kewajiban pelaku usaha sehingga permasalahan yang terjadi, pelaku usaha di UD. Tepat Guna tidak memberikan keterangan pada barang yang di produksinya, karena ada beberapa macam bentuk ukuran bahan yang di pakai produksi sehingga dari situlah hak dan kewajiban pelaku usaha di UD. Tepat Guna masih belum sepenuhnya sesuai dengan UU No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen pasal 7. Sehingga dapat di tarik kesimpulan konsumen tidak mendapatkan hak haknya dan berada pada posisi yang lemah.

Seperti yang di jelaskan dalam UU No.8 Tahun 1999 pasal 7 mengenai kewajiban pelaku usaha :

- a. Beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, dan pemeliharaan.
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- d. Menjamin mutu barang dan/jasayang di produksi dan/di perdagangkan berdasarkan ketentuan standart mutu batrang dan/atau jasa yang berlaku.

- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang serta memberi jaminan atau garansi atas barang yang di buat dan/atau yang di perdagangkan.
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, pemanfaatan barang dan/jasa yang di perdagangkan.
- g. Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/jasa yang di terima atau di dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Dalam pasal 1 ayat 3 undang-undang no. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen menjelaskan tentang kewajiban pelaku usaha sebagai berikut:

Pelaku usaha adalah setiap perorangan atau badan usaha baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang diartikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

Tentang Perlindungan Konsumen

Dalam pembahasan kewajiban pelaku usaha dalam jual beli produk dapur aluminium di UD. Tepat Guna Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember, terdapat beberapa pembahasan pokok yang dapat menjadi kajian peneliti mengenai UU No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen. Kajian tersebut berkaitan dengan kewajiban pelaku usaha dan hak hak dan kewajiban konsumen.

a. Hak konsumen

Sebelum membahas mengenai hak konsumen, ada baiknya peneliti mengemukakan apa pengertian hak itu. Menurut “Sudikto Martokusumo dalam bukunya mengenai hukum suatu pengantar menyatakan bahwa dalam pengertian hukum, hak adalah kepentingan hukum yang di lindungi oleh hukum. Kepentingan itu sendiri berarti tuntutan yang di harapkan untuk di penuhi. Sehingga dapat di katakan bahwa hak adalah suatu tuntutan yang pemenuhanya dilindungi oleh hukum”⁶¹.

Bagi konsumen, hak ini adalah hal yang paling penting bagi konsumen dan ini harus terpenuhi dan di laksanakan secara maksimal tanpa di kurangi hak haknya. Seperti hak konsumen yang tertuang dalam undang undang no.8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, adalah sebagai berikut :

Kewajiban pelaku usaha dalam pasal 7 Undang Undang no 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, adalah :

a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;

Itikad baik dalam hukum terjadi menjadi dua asas yaitu itikad baik subyektif dan obyektif. Itikad baik dalam arti subyektif dapat diartikan yaitu seseorang yang menjadi subyek haruslah jujur dalam melakukan suatu perbuatan hukum. Jika di kaitkan dengan UU No 8 Tahun 1999 Pasal 7 poin a. Beritikad baik dalam kegiatan usahanya, pelaku usaha di UD. Tepat Guna pada kenyataanya tidak sesuai dengan apa yang terdapat dalam teori, peneliti menemukan beberapa poin yang tidak sesuai dengan UUPK di antaranya pelaku usaha tidak memberikan keterangan atau informasi mengenai komposisi barang

⁶¹Sudikto Martokusumo, *Mengenal Hukum, Suatu Pengantar*, (Yogyakarta: Universitas Atmajaya Yogyakarta Press, 2003), 50.

produksinya, kejadian ini dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen, karena konsumen tidak mendapatkan haknya untuk mendapatkan informasi mengenai produk barang yang akan di beli. adanya itikad baik akan membuat semua pihak yang terlibat dalam suatu hubungan menjadi nyaman dan tidak merasa was-was..⁶²

- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;

Sebelum memilih, konsumen tentu harus memperoleh informasi yang benar mengenai barang atau jasa yang akan dibelinya. Namun di dalam produk dapur aluminium konsumen tidak mendapatkan informasi mengenai barang yang akan di belinya, sama seperti yang di sampaikan oleh ibu yuliatin selaku konsumen beliau hanya menyampaikan kepercayaan kepada pelaku usaha, begitu juga seperti yang di sampaikan pekerja UD. Tepat Guna mengatakan bahwa memang minimnya pengetahuan tentang hukum yang berlaku sehingga barang yang di hasilkan belum sepenuhnya sesuai dengan hukum yang berlaku. Oleh karena itu penulis mengharapkan agar pelaku usaha di UD. Tepat Guna memberikan keterangan atau informasi mengenai barang yang di produksinya. Karna informasi inilah yang akan menjadi landasan bagi konsumen dalam memilih untuk itu sangat diharapkan

⁶²<https://radenfatah.ac.id/artikel/14/pengintergrasian-urgensi-dan-eksistensi-tanggung-jawab-mutlak-produk-barang-cacat-tersembunyi> (Diakses pada, 05 Juni 2019)

agar pelaku usaha memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai barang atau jasanya.⁶³

- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;

Pelayanan kepada pelanggan merupakan salah satu unsur terpenting dalam komunikasi pemasaran. Terutama Pelayanan kepada konsumen bertujuan memelihara dan meningkatkan hubungan psikologis antara pelaku usaha dan konsumen namun berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di UD.Tepat Guna bahwa pelaku usaha tidak memberikan pelayanan sepenuhnya, seharusnya konsumen diberikan pelayanan sesuai undang undang ataupun haknya konsumen dipenuhi, karena konsumen di sini berada pada posisi yang lemah dan pelaku usaha tidak melakukan kewajibanya sesuai undang undang. Berdasarkan hasil wawancara dengan pekerja UD.Tepat Guna sodikin mengatakan bahwa memang tidak ada keterangan yang menjelaskan mengenai komposisi barang yang di produksi, hal tersebut juga di sampaikan oleh joan bahwa memang dari dulu tidak ada keterangan mengenai produk barang, dilihat dari pernyataan yang di sampaikan sodikin dan joan selaku pekerja bahwa pelaku usaha tidak bertanggung

⁶³Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Bandung: Citra Aditia Bakti, 2006), 93.

jawab atas perbuatan yang mereka lakukan yang berdampak pada kerugian konsumen.⁶⁴

- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;

Pelaku usaha menjamin mutu barang dan atau jasa. Kewajiban pelaku usaha yang satu ini kadang sering dilupakan menurut keterangan sanusi meskipun barang yang di produksi tidak ada keterangan beliau menjamin bahwa barang produksinya bisa bertahan lama. Namun Kelalaian menjamin mutu barang dan atau jasa ini bisa jadi di sengaja oleh pelaku usaha karna pola pengawasan yang kurang dari pemerintah atau karna lemahnya pengetahuan mengenai hukum yang berlaku. Apabila terjadi kerusakan produk akibat kelalaian produsen sehingga menyebabkan kerugian konsumen, pelaku usaha berkewajiban memberikan kompensasi berupa ganti rugi sesuai dengan kerugian yang diderita konsumen dan sesuai dengan undang-undang yang berlaku namun berdasarkan hasil observasi di lapangan bahwa tidak pernah ada ganti rugi konsumen menganggap bahwa kerusakan bukan terjadi karena kelalaian produsen akan tetapi karena memang kondisi barang yang memang sudah waktunya rusak.⁶⁵

⁶⁴Aris Susanto Wibowo, *Pengaruh Harga Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan di Kota Purwokerto*, (Skripsi Universitas Negeri Semarang: Semarang 2013)

⁶⁵<http://www.jurnalhukum.com/pengertian-pelaku-usaha-serat-hak-dan-kewajiban>. (Diakses pada 05 Juni 2019)

- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;

Berdasarkan informasi dari yuliatin selaku konsumen beliau tidak tau harus menguji dengan apa, beliau tidak mendapatkan informasi bagaimana cara menguji barang yang akan di beli bagaimana cara mengetahui kualitas barang yang akan di beli, bahkan untuk membedakan kualitas barangpun dia tidak tau, beliau hanya berpegang teguh pada kepercayaan yang di berikan oleh pelaku usaha, seharusnya pelaku usaha memberi tau bagaimana cara untuk menguji kualitas barang yang akan di beli oleh konsumen, jika di lihat dari hasil observasi pelaku usaha tidak memberikan cara menguji kualitas barang yang akan di beli konsumen tentunya ini sudah melanggar undang undang perlindungan konsumen pasal 7. Hal ini juga sangat tidak sesuai dengan hak konsumen atas pemakaian barang dan/atau jasa dalam memilih dan menuntut hak haknya sebagai konsumen.

- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;

Perlindungan konsumen ini adalah jaminan yang seharusnya di dapatkan oleh konsumen atas setiap produk bahan makanan yang di beli dari produsen atau pelaku usaha, namun dalam kenyataannya saat ini konsumen seakan akan di anggap sebagai sasaran utama para

pelaku usaha dengan tidak memperhatikan efek baiknya. Berdasarkan keterangan dari pekerja dan juga konsumen UD. Tepat Guna bahwa jika dalam beberapa waktu barang yang di beli mengalami kerusakan maka barang tersebut akan di perbaiki bukan di ganti dengan yang baru dan konsumen pun tetap harus membayar uang perbaikan tersebut.

Dari penjelasan tersebut peneliti menyimpulkan bahwasanya di antara pelaku usaha dan konsumen mengalami ketidak seimbangan kedilan sehingga konsumen produk dapur merasa di rugikan dan ini sangat bertentangan dengan Undang undang. Dengan kerusakan akibat dari minimnya informasi tentang penggunaan atau cara pemakaian barang seharusnya pelaku usaha mengganti dengan yang baru karena di awal sudah banyak hak hak konsumen tidak terpenuhi dan juga pelaku usaha tidak menjalankan kewajibanya sesuai UUPK namun dalam proses pelaksanaan atau aplikasi dari undang undang itu sendiri belum maksimal atau dalam kata lain undang undang tidak sesuai dengan kenyataan.⁶⁶

Berdasarkan hasil pengamatan penulis di lapangan, dalam bentuk kewajiban pelaku usaha UD.Tepat Guna tidak melakukan kewajiban yang harus terpenuhi oleh pelaku usaha yang tercantum dalam pasal 7 undang undang perlindungan konsumen huruf (b) (d) (e

)Kewajiban pelaku usaha dalam jual beli produk dapur pada hakikatnya adalah bagian terpenting dalam kegiatan usaha melakukan

⁶⁶<http://adimanpangaribuan.blogspot.com/2012/06/pengertian-konsumen.html>

kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersamasama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi, berikut harus sesuai dengan Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha yang merujuk pada pasal 6 dan pasal 7 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Dalam hukum perlindungan konsumen disebutkan bahwa keseimbangan perlindungan konsumen dapat di capai dengan meningkatkan perlindungan terhadap konsumen, karna posisi pelaku usaha yang selama ini lebih kuat dari pada konsumen. Asas tersebut bukan berarti bahwa hukum perlindungan konsumen hanya melindungi kepentingan konsumen semata, melainkan tujuannya yang hendak di capai yaitu menyeimbangkan kedudukan konsumen dengan produsen. Produsen atau yang lebih dikenal sebagai pelaku usaha selama ini sering dianggap sebagai pihak yang licik dengan mengeruk keuntungan sebanyak-banyaknya terhadap produk yang dijualnya, padahal, tidak jarang juga ditemukan pelaku usaha yang menganut asas beritikad baik maupun jujur terhadap klaim atau tuntutan yang diajukan oleh konsumen. Setiap produk yang ditawarkan atau dijual kepada konsumen pada dasarnya tidak semuanya sempurna, hal ini menuntut pelaku usaha untuk lebih hati-hati dalam memproduksi produk yang dijual dan ditawarkannya seharusnya pelaku usaha

UD.Tepat Guna berpedoman pada undang undang agar terjadi keseimbangan antara pelaku usaha dan konsumen⁶⁷.

2. Kewajiban Pelaku Usaha Dalam Jual Beli Produk Dapur Aluminium Perspektif Etika Bisnis Islam

Etika bisnis dalam islam adalah sejumlah perilaku etis bisnis (ahlaq al islamiyah) yang di bungkus dengan nilai nilai syariah yang mengedepankan halal dan haram. Jadi perilaku yang etis itu ialah perilaku yang mengikuti perintah allah dan menjauhi larangannya, dalam islam etika bisnis ini sudah banyak di bahas dalam berbagai literatur dan sumber utamanya adalah al qur'an dan sunnah rosul. Fungsi dari etika bisnis pada dasarnya terdapat fungsi khusus yang di emban oleh etika bisnis islam di antaranya etika bisnis mempunyai peran untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis islami. Dan caranya biasanya dengan memberikan suatu pemahaman serta cara pandang baru tentang pentingnya bisnis dengan menggunakan landasan nilai nilai moralitas dan spiritualitas, yang kemudian terangkum dalam suatu bentuk yang bernama etika bisnis islam. Pelaku pelaku bisnis di harapkan bertindak secara etis dalam berbagai aktivitasnya. Kepercayaan , keadilan dan kejujuran adalah elemen pokok dalam mencapai kesuksesan.

Pelaku usaha meliputi semua tahapan dalam melakukan kegiatan usahanya, sehingga dapat di artikan bahwa kewajiban pelaku usaha

⁶⁷Nasution AZ, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, (Jakarta: Diadit Media, 2002), 14.

beritikad baik di mulai sejak barang di rancang atau di produksi sampai tahap purna penjualan. Jika di tinjau dari etika bisnis Islam, penjelasan mengenai hal hal yang berhubungan dengan hak dan kewajiban bagi pelaku usaha, menurut undang undang perlindungan konsumen kewajiban pelaku usaha dalam beritikad baik di mulai sejak barang di rancang sampai pada tahap purna penjualan.

a. Kewajiban pelaku usaha ditinjau dari etika bisnis islam

Kegiatan produksi alat dapur aluminium di UD.Tepat Guna di desa suci seharusnya sesuai dengan etika atau berpedoman pada hukum yang berlaku. etika bisnis islam merupakan suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal hal yang benar dan yang salah, yang selanjutnya tentu melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan terhadap konsumen.

istilah yang paling dekat berhubungan dengan istilah etika adalah *Khuluq*. Dalam Al-Qur'an juga disebut beberapa istilah yang menggambarkan tentang kebaikan diantaranya adalah: *Khoir* (kebaikan), *Adl* (kesetaraan dan keadilan), *Taqwa* (ketaqwaan) dan lain-lain. Dalam khazanah Islam etika dipahami sebagai akhlak atau adab yang bertujuan untuk mendidik moralitas manusia. Etika terdapat dalam materi-materi kandungan ayat-ayat Al Qur'an yang sangat luas, dan kembangkan dalam pengaruh filsafat Yunani hingga para sufi, jika itu di kaitkan mengenai kegiatan produksi alat dapur aluminium bahwa

pelaku usaha seharusnya menjalankan setiap usahanya sesuai dengan etika bisnis dalam Islam.

Al-Qur'an menegaskan bahwa bisnis itu tindakan yang halal dan di bolehkan perdagangan yang jujur dan bisnis yang transparansangat di hargai dan di anjurkan.⁶⁸

Manusia mempunyai kebebasan dalam usaha, akan tetapi mereka tetap terikat pada norma-norma yang di tentukan agar hasil bisnis yang di usahakan menjadi halal dan barokah karena prosedur perolehannya sah menurut Al-Qur'an. Di sinilah arti penting agar dalam aktivitas bisnis perlu memprhatikan keadilan, keterbukaan, menghindari praktik riba dan sebagainya yang bisa menciderai nilai etika bisnis Islam.⁶⁹

Kewajiban pelaku usaha dalam jual beli produk dapur aluminium Di UD. Tepat Guna Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember. Di dalam pandangan etika bisnis Islam, kebebasan tanpa batas merupakan suatu hal yang mustahil di lakukan oleh manusia karena tidak menuntut adanya pertanggung jawaban untuk memenuhi tuntunan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggung jawab kan tindakanya ,

⁶⁸ Muhammad Djakfar, *Agama, Etika Dan Ekonomi*, (UIN-Maliki Press, 2014), 147.

⁶⁹ Muhammad, Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam* (Bandung: Pustaka Setia, 2002), 17.

Menurut pengamatan yang di lakukan penulis di lapangan, dalam praktik jual beli produk dapur aluminium di UD.Tepat Guna Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember, telah memenuhi syarat aqid dari jual beli, namun jika di lihat dari segi prinsip-prinsip etika bisnis islam ada beberapa kewajiban pelaku usaha yang tidak di laksanakan oleh pelaku usaha di UD. Tepat Guna di antaranya:.

1) Maslahat

Berdasarkan hasil observasi di lapangan kegiatan jual beli produk dapur aluminium di UD. Tepat Guna Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember jika di kaitkan dengan kewajiban pelaku usaha di UD. Tepat Guna tidak mengedepankan kemaslahatan karena beberapa para ushul fiqh mendefinisikan maslahat sebagai suatu kebaikan yang mengandung manfaat dan menghindarkan mudharat. Sedangkan pelaku usaha di dalam proses produksi alat dapur tidak memberikan keterangan atau informasi mengenai komposisi barang tersebut. Sehingga hal ini akan menimbulkan kemudharatan bagi konsumen UD. Tepat Guna.

2) Keterbukaan dan transparansi

dalam prinsip etika bisnis islam pelaku usaha harus memberikan kesempatan luas kepada pembeli untuk melihat atau memeriksa produk yang akan di belinya. Informasi yang tidak akurat atau menipu adalah di larang di nilai sebagai sebuah dosa. Nabi muhammad SAW pernah berkata: “ mendustai seseorang

mustarshal (seorang peserta baru atau tidak di kenal di dalam pasar) adalah riba”.

Menyimpan segala informasi yang berhubungan dengan spesifikasi suatu barang yang di produksi dimana konsumen tidak mengetahui atau menyadari spesifikasi pokok merupakan suatu tindakan yang gharar, hal ini merupakan suatu yang dilarang sebagaimana telah di bahas sebelumnya. Maka, sistem etika bisnis islam mengharuskan seluruh informasi yang terkait dengan penilaian harus bisa sama sama di akses baik pelaku usaha maupun konsumen. Hal ini konsisten dengan hak hak para pihak untuk memiliki informasi yang penting dan bebas dari salah tafsir.

Jika mengacu dari hasil pengamatan dan wawancara yang di lakukan oleh peneliti di UD. Tepat Guna bahwa kegiatan produksi hingga jual beli produk dapur aluminium dalam syarat sudah ada yang terpenuhi namun juga ada beberapa kewajiban pelaku usaha yang tidak terpenuhi. Mengacu pada hasil wawancara bahwasanya pelaku usaha UD. Tepat Guna yang memproduksi alat dapur aluminium tidak mencantumkan informasi mengenai komposisi atau kualitas barang, mengingat karena banyaknya macam kualitas bahan sehingga konsumen di sini tanpa di sadari akan mengalami kerugian. Sehingga hal inihal ini tidak sesuai dengan syarat barang, dapat di simpulkan bahwa kewajiban pelaku

usaha dalam jual beli produk dapur aluminium belum sepenuhnya melaksanakan kewajibanya.

Mengenai kemanfaatan barang, bahwa produksi alat dapur aluminium mempunyai manfaat terhadap konsumen, akan tetapi jika konsumen tidak sepenuhnya mendapatkan haknya juga dapat menimbulkan kemudharatan terhadap konsumen, seperti barang rusak sebelum waktunya.

3) Tanggung jawab

Tanggung jawab yang di harapkan adalah tanggung jawab yang berkeseimbangan antara memperoleh keuntungan dan memenuhi norma norma masyarakat baik berupa hukum, maupun etika atau adat.

Dalam praktek bisnis, etika bisnis Islam selalu mengedepankan pelayanan yang baik, informasi dan distribusi yang memudahkan. Namun Jika mengacu pada hasil wawancara terhadap pekerja UD. Tepat Guna pelaku usaha tidak mengedepankan pelayanan yang baik hal ini terbukti pada kewajiban pelaku usaha banyak kewajiban yang tidak di lakukan sehingga konsumen di sini di rugikan seperti salah satu contohnya yang di sampaikan kosumen tidak mendapatkan informasi mengenai komposisi barang yang di produksi, konsumen tidak di beri tau cara menguji kualitas barang .dari sini dapat kita lihat

bahwa pelaku usaha UD. Tepat Guna sudah melanggar prinsip Etika Bisnis dalam Islam.

Setiap kegiatan bisnis yang di laksanakan oleh orang islam haruslah sesuai dengan ketentuan yang telah di tetapkan oleh syara' harus sesuai prinsip dan norma etika bisnis Islam, seperti halnya objek yang di perjual belikan harus halal dan bersih, barang yang di perjual belikan adalah sesuatu yang bermanfaat, barang tersebut mempunyai manfaatnya namun juga menimbulkan kemudharatan bagi konsumen jika pelaku usaha tidak menjalankan kewajibannya. Dalam Islam di jelaskan bahwasanya suatu transaksi jual beli harus memenuhi ketentuan dalam Islam di lihat dari syarat dan rukun jual beli tersebut.⁷⁰

Di dalam prinsip dasar dan norma etika bisnis Islam di sebutkan bahwa suatu transaksi jual beli di anggap sah apabila telah memenuhi syarat dan rukun jual beli yang mana di dalam jual beli itu tidak mengandung unsur paksaan, tipuan, mudharat serta adanya syarat syarat lain membuat jual beli itu rusak.

4) Larangan Gharar (Tidak Jelas)

Gharar merupakan suatu akad yang mengandung unsur penipuan karena tidak adanya kepastian, baik mengenai ada atau tidaknya objek akad, besar kecilnya jumlah, maupun kemampuan menyerahkan objek yang di sebutkan di dalam akad tersebut.

⁷⁰ Rachmat Syafe'i, *fiqih muamalah*, 96.

Gharar dapat terjadi dalam empat hal yaitu: kuantitas kualitas, harga dan penyerahan. Apabila salah satu atau lebih faktor faktor di atas di ubah dari pasti menjadi tidak pasti, maka terjadilah Gharar. Meskipun pada awalnya terjadi kesepakatan secara suka rela, namun kondisi ketidak jelasan tersebut di kemudian hari akan membuat salah satu pihak merasa terdzalimi.

Imam malik mengartikan gharar sebuah jual beli sebuah objek yang tidak ada, jadi mutunya bagus atau buruk, tidak di ketahui oleh calon pembeli sebagaimana di sebutkan di atas, gharar berhubungan lebih erat dengan “ ketidak pastian “.

C. Pembahasan Temuan

Berdasarkan data yang di peroleh dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti di UD. Tepat Guna Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember tentang kewajiban pelaku usaha dalam jual beli produk dapur aluminium perspektif UU No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Etika Bisnis Islam adalah sebagai berikut:

1. Kewajiban Pelaku Usaha Dalam Jual Beli Produk Dapur Aluminium Perspektif UU NO 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Dari penjelasan di atas tampak bahwa hak dan kewajiban pelaku usaha bertimbal balik dengan hak dan kewajiban konsumen . ini berarti bahwa hak bagi konsumen adalah kewajiban yang harus di penuhi oleh pelaku usaha. Demikian pula dengan kewajiban konsumen merupakan hak yang akan di terima pelaku usaha.

Undang undang perlindungan konsumen memperinci tentang kewajiban pelaku usaha (undang undang no. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen) pasal 7 sebagai berikut:

- a. Beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, dan pemeliharaan.
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- d. Menjamin mutu barang dan/jasayang di produksi dan/di perdagangkan berdasarkan ketentuan standart mutu batang dan/atau jasa yang berlaku.
- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang serta memberi jaminan atau garansi atas barang yang di buat dan/atau yang di perdagangkan.
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, pemanfaatan barang dan/jasa yang di perdagangkan.
- g. Membari kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/jasa yang di terima atau di manfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.⁷¹

⁷¹ UU No.8 Tahun 1999 Tentang perlindungan konsumen, pasal 7. : 6

Dari beberapa keterangan di atas serta beberapa pemaparan teori maupun data dari informan di atas, maka dapat diketahui bahwa kewajiban pelaku usaha dalam jual beli produk dapur aluminium di UD. Tepat Guna perspektif UU No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen bahwa di dalam undang-undang itu menjelaskan tentang kewajiban pelaku usaha harus menjalankan setiap kegiatan usahanya mengacu pada undang undang.

Sedangkan fakta di lapangan pelaku usaha di UD. Tepat Guna tidak sepenuhnya menjalankan kewajibannya seperti yang di paparkan di atas pelaku usaha tidak menjalankan kewajiban yang ada pada UU No.8 Tahun 1999 pasal 7 poin (b) (c) (e) (f). Dengan tidak dilaksanakannya kewajiban tersebut maka sangatlah riskan terjadi suatu masalah di kemudian hari, hal ini ternyata betul terjadi bahwa dengan tidak dilaksankannya kewajiban tersebut maka secara otomatis hak konsumen tidak terpenuhi, sehingga terjadi ketidak seimbangan antara konsumen dan pelaku usaha hingga dapat mengakibatkan kerugian terhadap konsumen.

2. Kewajiban Pelaku Usaha Dalam Jual Beli Produk Dapur Aluminium Perspektif Etika Bisnis Islam

Al Qur'an menegaskan dan menjelaskan bahwa di dalam berbisnis tidak boleh dilakukan dengan cara kebathilan dan kedzoliman. Sebagaimana firman Allah pada surat An-nisa ayat 29 sebagai berikut :

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ
رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesama kamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu (Qs. an-nisa’ .ayat 29).

Ayat di atas menerangkan bahwa aturan main perdagangan Islam melarang adanya penipuan di antara penjual dengan pembeli serta harus melaksanakan etika yang harus dilakukan oleh para pedagang muslim dalam melaksanakan jual beli. Dengan menggunakan dan mematuhi etika perdagangan tersebut diharapkan kepada UD. Tepat Guna selalu mendapat berkah dari Allah SWT di dunia dan di akhirat, etika perdagangan Islam menjamin, baik pemilik UD. Tepat Guna maupun pembeli masing-masing akan saling mendapatkan keuntungan.

Berdasarkan dari penyajian di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa kewajiban pelaku usaha dalam jual beli produk dapur di UD. Tepat Guna tidak melaksanakan kewajibannya, hal ini sangat bertentangan dengan prinsip dasar etika bisnis Islam.

Mengenai kewajiban pelaku usaha dalam jual beli produk dapur aluminium di UD. Tepat Guna di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember menurut etika bisnis Islam, peneliti menemukan temuan terkait hal

tersebut. Dalam produksi alat dapur tidak ada informasi mengenai komposisi barang, sehingga di dalam produk tersebut tidak ada kejelasan dan hal ini tidak sesuai dengan norma dalam etika berbisnis, tentu hal ini dilarang dalam syariat Islam. terkait hal tersebut maka perlu adanya suatu hal yang jelas mendasari untuk memberikan keterangan terhadap produk tersebut sehingga tidak menyimpang dari etika bisnis Islam, maka semestinya pelaku usaha di UD. Tepat Guna memberikan keterangan mengenai produk barang yang di hasilkan agar sesuai dengan norma etika bisnis Islam.

Sebagai manusia tidak lepas untuk berhubungan sesama manusia dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan karena hal ini sudah menjadi fitrah manusia sendiri yang telah di takdirkan oleh Allah SWT. Namun dalam berhubungan sesama manusia Allah telah mengatur tentang tindakan manusia seperti tentang kegiatan dalam jual beli Allah telah tetapkan bahwa asal hukum dari jual beli adalah boleh namun harus sesuai dengan syarat dan ketentuan tertentu yang di dalamnya tidak menimbulkan kemudharatan atau bermanfaat bagi manusia sendiri dan lingkungan dan harus sesuai dengan etika bisnis Islam. jika di kaitkan dengan kewajiban pelaku usaha dalam jual beli produk dapur aluminium dengan tidak melaksanakan kewajibannya sebagai pelaku usaha maka akan menimbulkan kemudhratan bagi konsumen maupun pelaku usaha sendiri.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah penulis menguraikan dalam pembahasan di atas mengenai kewajiban pelaku usaha dalam jual beli produk dapur aluminium di UD. Tepat Guna di tinjau dari etika bisnis islam dan UU No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang berada di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember maka dapat di tarik kesimpulan bahwa:

1. Di lihat dari segi kewajiban pelaku usaha yang ada di UD. Tepat Guna bahwasanya produk barang yang di hasilkan tidak ada sesuatu yang menerangkan mengenai komposisi barang yang di hasilkan pelaku usaha tersebut, padahal di dalam produksi produk aluminium tersebut ada beberapa macam kualitas bahan yang tidak di ketahui oleh konsumen, jika dilihat dari UUPK mengenai kewajiban konsumen yang pertama yaitu membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/jasademi keamanan dan keselamatan. Sedangkan dalam produk barang yang di hasilkan di UD. Tepat Guna tidak ada keterangan mengenai komposisi barang. Hal ini tentu bertentangan dengan UU No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang ada di pasal 7. Menurut undang undang ini seharusnya pelaku usaha di UD. Tepat Guna harus mengikuti Undang Undang tentang perlindungan konsumen. karena di dalam undang undang pasal 7 ter sebut di jelaskan mengenai kewajiban pelaku usaha yang isinya adalah beriktikad baik dalam melakukan

kegiatan usahanya, memberikan informasi yang jelas, dan jujur mengenai kondisi barang, melayani konsumen dengan benar, jujur dan lain sebagainya.

2. Di dalam etika bisnis Islam dapat di ambil kesimpulan bahwasanya pada dasarnya terdapat fungsi khusus yang di emban oleh etika bisnis islam di antaranya etika bisnis mempunyai peran untuk senantiasa melakukan perubahan kesadaran bagi masyarakat tentang bisnis, terutama bisnis islami, . Pelaku pelaku bisnis di harapkan bertindak secara etis dalam berbagai aktivitasnya. Terutama pelaku usaha UD. Tepat Guna agar mengedepankan nilai ibadah bukan keuntungan sehingga terjadi keseimbangan antara pelaku usaha dan konsumen karena Kepercayaan , keadilan dan kejujuran adalah elemen pokok dalam mencapai kesuksesan fiddunya wal akhirat maka seharusnya pelaku usaha di UD. Tepat Guna memberikan keterangan terhadap produk yang di hasilkan agar sesuai dengan norma dalam etika bisnis Islam.

Oleh karena itu pelaku usaha di UD. Tepat Guna seharusnya lebih memperhatikan kembali apa yang menjadi kewajiban pelaku usaha sesuai dengan etika bisnis islam agar konsumen tidak merasa terdzolimi akibat pelaku usaha yang tidak menjalankan kewajibanya.

B. Saran

Berangkat dari hasil analisis data dari penelitian maka peneliti memiliki beberapa saran, yang meliputi :

1. Bagi pemilik UD. Tepat Guna

Bagi pemilik UD. Tepat Guna atau keturunannya yang memiliki hak untuk melanjutkan usaha produksi alat dapur tersebut maka alangkah baiknya di dalam produksi alat dapur yang di hasilkan seharusnya di beri keterangan mengenai komposisi bahan yang ada di dalam produk barang yang di hasilkan, dan berpedoman kepada undang undang No.8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen sehingga konsumen tidak merasa di tipu ataupun di bohongi, agar antara konsumen dan pelaku usaha benar benar menjalankan sesuai dengan hukum yang ada.

2. Bagi Pemerintah

Bagi pemerintah setempat khususnya dinas terkait yang berwenang terhadap pelaku usaha produk lokal untuk memberikan bimbingan atau semacam sosialisasi tentang adanya UU No.8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dan etika bisnis Islam. di maksudkan agar masyarakat desa suci khususnya pelaku usaha home industri alat dapur yang berbahan dasar aluminium dapat menjalankan aktivitasnya dengan baik sesuai dengan ketentuan ketentuan yang telah di atur baik menurut syari'at Islam.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Az Nasution, 2001, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Jakarta: Diadit Media.
- Boedi Abdullah, Beni Ahmad Saebani, 2014, *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, Bandung : CV. Pustaka Setia, 85.
- Cholid Narbuko dkk, 2010, *Metode Penelitian*, Jakarta: PT. BumiAksara, 83.
- Happy Santosa, 2008, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Jakarta: Visimedia,, hlm. 22.
- IAIN Jember, 2017, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember Press), 74.
- Janus Sidabolok, 2010. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Ketut Rindjin, 2008, *Etika Bisnis dan Implementasinya*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, hlm.92.
- Kristiyanti, Celina Tri Siwi, 2009, *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika.
- M. Djamal, 2015 *Paradigma Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar), 93.
- Mohammad Nazir, 2005, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Galhia Indonesia,), 174.
- Muhammad Djakfar, 2014, *Agama, etika Dan Ekonomi*,(UIN-Maliki Press), 147.
- Muhammad, Alimin, 2002, *Etika dan Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*, (Bandung: Pustaka Setia), 17.
- Sudikto Martokusumo, 2003, *Mengenal Hukum Suatu Pengantar*, (Yogyakarta: Universitas Atmajaya Yogyakarta Press), 50.
- Sugiyono, 2016, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta),02.
- Yusuf Shofie, 2003, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-instrumen Hukumnya*, Bandung: Citra Aditya Bakti, hlm. 30.

Zulham, 2013, *Hukum perlindungan konsumen*, jakarta: prenada media grub, hlm. 46.

Jurnal :

Davina, 2007, *Penyelesaian Perselisihan Premium Call Antara PT. TELKOM dan Konsumen Melalui Mediasi Oleh Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia*, (Depok: Program Magister Kenotariatan Fakultas Hukum Universitas Indonesia), 2.

Fitri Amalia, 2013, *Etika Bisnis Islam : Konsep dan Implementasi pada Pelaku usaha Kecil*, (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta), 117.

Grace Joice S. N. Rumimper, 2013. *Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Dalam Jual Beli Melalui Internet*.

Yogi Rachman, 2016, *Tanggung Jawab Pelaku Usaha Kepada Pembeli Melalui Media Online Menurut UU No 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik Pada Toko Online Rina Kosmetik*, (Skripsi, pekanbaru: Universitas Muhammadiyah Riau,), 3.

Yemima sitempu. 2015. *Pertanggung Jawaban Pelaku Usaha Kepada Konsumen Terhadap Promosi Yang Tidak Benar Di Tinjau Dari UU No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan konsumen*.

Internet :

Dwi Santosa Pambudi, “Perlindungan Konsumen”, <http://dwisantosapambudi.blogspot.com/2012/11/perlindungankonsumen.html?m=1> (17 Desember 2018)

Gustin, “Hukum Perlindungan Konsumen”, <http://gustinkartikarachman.blogspot.com/p/hukum-perlindungan-konsumen.html> (20 November 2018).

Wahyudi, “ Pengertian Aluminium- Logam Aluminium”, <http://kusenaluminiumset.blogspot.com/2015/05/pengertian-aluminium-logamaluminium.html> (13 November 2018).

PERATURAN :

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Irfan Sucahya

NIM : 083142094

Fakultas : Syar'ah

Prodi : Hukum Ekonomi Syariah (HES)

Institute : IAIN JEMBER

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “ **Kewajiban Pelaku Usaha Dalam Jual Beli Produk Dapur Aluminium Perspektif UU NO 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Etika Bisnis Islam (Studi Di UD. Tepat Guna Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember)**” merupakan hasil penelitian dan karya sendiri, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Jember, 15 Oktober 2019

Saya yang menyatakan



IRFAN SUCAHYA

NIM : 083142094

JUDUL	VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	FOKUS MASALAH
<p>Kewajiban Pelaku Usaha Dalam Jual Beli Produk Dapur Aluminium Perspektif UU No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Etika Bisnis Islam (Studi Di UD. Tepat Guna Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember)</p>	<p>Jual Beli Produk Dapur Aluminium</p>	<p>1. Jual Beli Dalam Etika Bisnis Islam</p> <p>2. Produk Aluminium</p>		<p>1. Sumber Primer Observasi Dokumentasi Wawancara a. Penjual produk dapur</p> <p>2. Sumber Sekunder a. Buku b. Jurnal Ilmiah c. Artikel Ilmiah d. Website</p>		

PEDOMAN PENGUMPULAN DATA

(Observasi, Wawancara, Dokumentasi)

Observasi

1. Aktivitas kegiatan produksi dan jual beli dapur aluminium

Wawancara

1. Mengetahui cara pembuatan produk dapur aluminium
2. Mengetahui cara praktek jual beli produk dapur aluminium
3. Mengetahui pandangan UU No. 8 Tahun 1999 terhadap jual beli alat dapur
4. Mengetahui pandangan etika bisnis islam terhadap jual beli produk dapur aluminium

Dokumentasi

1. Observasi
2. Wawancara
3. dokumentasi

PEDOMAN WAWANCARA

1. Bagaimana sejarah awal produksi alat dapur berbahan aluminium?
2. Berapa lama usaha ini berjalan?
3. Apa perbedaan produk dapur UD Tepat Guna dengan pabrik?
4. Bagaimana tata cara produksi alat dapur aluminium?
5. Bagaimana cara kegiatan jual beli atau sistem kerjanya?
6. Bagaimana cara membedakan kualitas barang yang sudah jadi?

BIODATA PENULIS

Nama : Irfan Sucahya
Tempat/Tanggal lahir : Jember/ 16 07 1993
Jenis kelamin : Laki laki
Agama : Islam
Nim : 083142094
Fakultas : syariah
Jurusan : Hukum Ekonomi
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah
Alamat asal : Dusun Glengseran / RT 007 Rw 006
Desa : Suci
Kecamatan : Panti
Kabupaten : Jember
No handphone : 081336878385
e-mail : irfansucahya17@gmail.com

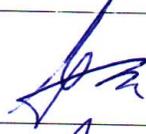
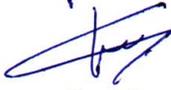
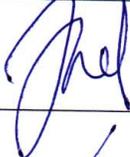
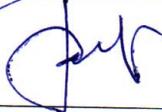
➤ **Riwayat pendidikan**

SDN Suci 1 (2001-2006)
Mts Al-Firdaus (2007-2009)
MA Al-Firdaus (2009-2011)

➤ **Pengalaman Organisasi**

- 2008-2009 : Wakil ketua Organisasi siswa intra sekolah (OSIS) Mts AL-Firdaus.
- : anggota remaja masjid al-hasan suci panti jember
- 2010-2011 : sekretaris organisasi siswa intra sekolah (OSIS) MA AL-FIRDAUS
- 2015-2016 : Anggota Himpunan Mahasiswa Islam (HMI)
- 2016-2017 : Departemen Litbang PPPA Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) Komisariat Sunan Ampel

JURNAL PENELITIAN

Tanggal	Kegiatan	TTD
11 november 2018	Mengantarkan surat izin penelitian	
12 april 2019	Wawancara dengan H. Sanusi selaku pemilik UD Tepat Guna	
15 april 2019	Wawancara dengan Bapak Yudi	
15 april 2019	Wawancara dengan Bapak Mujayyin	
3 mei 2019	Wawancara dengan Ibu Yuliatin selaku pembeli	
6 mei 2019	Observasi di UD TepatGuna	
7 mei 2019	Wawancara pekerja Mas Sodikin	
8 mei 2019	Wawancara ke Pekerja Pak Suarno Dan Mas Edi	
10 mei 2019	Wawancara ke pekerja Mas Joan	



PEMERINTAH KABUPATEN JEMBER
KECAMATAN PANTI DESA SUCI
Sekretariat : Jln. Irian No. 01 Suci – Panti Kode Pos 68153

SUCI, 09 September 2018

Nomor : 470/01/35.09.14.2005/2018
Sifat : Penting
Lampiran : --- (---) Lembar
Perihal : **Izin Penelitian Skripsi**

Kepada :
Yth. Sdr. Wakil Dekan Akademik
Mahasiswa Penelitian
Skripsi
di

JEMBER

Dengan Hormat.

Menindak lanjuti Surat yang saudara kirimkan Nomor : B.1879 /In 20 /4.a /PP.00.9/11/2018 tanggal : 06 Nopember 2018 Perihal sebagaimana dimaksud dalam perihal pada pokok surat diatas.

Dengan ini kami menerangkan bahwa Mahasiswa tersebut di bawah ini telah melakukan penelitian dari tanggal 11 Nopember 2018 s/d 30 September 2018 a/n :

1. Nama : **IRFAN SUCAHYA**
2. NIM : 083142094
3. Judul : “ Kewajiban Pelaku Usaha Dalam Jual Beli Produk Dapur Aluminium Perspektif UU Nomer 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Etika Bisnis Islam “

Demikian Surat ini dibuat, atas perhatian dan kerjasamanya di sampaikan terima kasih.

a/n Kepala Desa Suci
Sekretaris Desa

MOH. SUBANDI *ed.*



LAMPIRAN



Gambar 1. Tempat Penelitian



Gambar 2. Proses produksi sekaligus Wawancara dengan Bapak Mujayin



Gambar 3. Proses produksi sekaligus Wawancara dengan Bapak Yudi



Gambar 4. Wawancara dengan istri H. Sanusi pemilik UD. Tepat Guna

gambar 5. Wawancara dengan ibu yuliatin selaku pembeli

Gambar 6. Proses produksi sekaligus Wawancara dengan Sodikikin

Wa

**Gambar 7. Proses produksi sekaligus Wawancara dengan bapak suarno
dengan mas edi**

Gambar 8. Wawancara dengan mas joan pranoto