

**TANGGUNG JAWAB HUKUM PELAKU USAHA DALAM
MENYELESAIKAN PROBLEM JUAL BELI PERSPEKTIF
HUKUM ISLAM DAN UNDANG - UNDANG NO.8 TAHUN
1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN
(Studi Kasus Pada Toko Samui Ice Purwokerto)**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Syariah UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri
Purwokerto untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Hukum (S.H)**

**Oleh :
DINDA LAYLA SAHVIRA
NIM 1817301052**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2025**

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya:

Nama : Dinda Layla Shavira
NIM : 1817301052
Jenjang : S1
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah
Universitas : UIN Prof K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi berjudul “Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha Dalam Menyelesaikan Problem Jual Beli Perspektif Hukum Islam Dan Undang - Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Samui Ice Purwokerto)” ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, bukan dibuatkan orang lain, bukan saduran juga bukan terjemahan. Hal-hal yang bukan karya saya yang dikutip pada skripsi ini, diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Purwokerto, 26 Maret 2025

Saya menyatakan,



Dinda Layla Sahvira

NIM. 1817301052

PENGESAHAN

Skripsi berjudul:

**Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha Dalam Menyelesaikan Problem Jual Beli Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
(Studi Kasus Toko Samui Ice Purwokerto)**

Yang disusun oleh **Dinda Layla Sahvira (NIM. 1817301052)** Program Studi **Hukum Ekonomi Syariah**, Fakultas Syaria'ah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada tanggal **14 April 2025** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H.) oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/ Penguji I



Muh. Bachrul Ulum, M.H.
NIP. 19720906 200003 1 002

Sekretaris Sidang/ Penguji II



Yunita Ratna Sari, M.S.I.
NIP. 19930622 202012 2 028

Pembimbing/ Penguji III



Fatni Erlina, M.H.
NIP. 19871014 201903 2 009

Purwokerto, 21 April 2025



Dean Fakultas Syaria'ah

Dr. H. Supani, M.A.

NIP. 19700705 200312 1 001

NOTA DINAS PEMBIMBING

Purwokerto, 26 Maret 2025

Hal : Pengajuan Munaqosyah Skripsi Sdr. Dinda Layla Shavira
Lampiran : 4 Eksemplar

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Syariah
UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri
di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi, maka melalui surat ini saya sampaikan bahwa :

Nama : Dinda Layla Shavira
NIM : 1817301052
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Syari'ah
Judul : Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha Dalam Menyelesaikan Problem Jual Beli Perspektif Hukum Islam Dan Undang - Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Samui Ice Purwokerto)

Skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri untuk diajukan dalam sidang munaqosyah dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H)

Demikian, atas perhatiannya, saya mengucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing,



Fatni Erlina, S.H.I., M.H

NIP. 19871014 201903 2 009

ABSTRAK

Dinda Layla Shavira

NIM. 1817301052

**Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam
Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tanggung jawab hukum pelaku usaha dalam transaksi penjualan es kristal di Toko Samui Ice Purwokerto berdasarkan perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada berbagai permasalahan yang sering terjadi dalam proses jual beli, seperti ketidaksesuaian produk, penyusutan es selama pengiriman, serta keterlambatan distribusi yang dapat merugikan konsumen. Penelitian ini penting untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam terkait hak dan kewajiban pelaku usaha dalam menjaga kualitas produk dan layanan yang sesuai dengan hukum positif dan nilai-nilai Islam.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan yuridis empiris dengan menggabungkan wawancara langsung, dokumentasi, serta studi kepustakaan. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan pemilik dan karyawan Toko Samui Ice Purwokerto, sementara data sekunder diambil dari buku, jurnal, dan peraturan perundang-undangan yang relevan. Proses analisis data dilakukan secara kualitatif dengan metode pengolahan data yang meliputi editing, klasifikasi, verifikasi, dan analisis data untuk memperoleh kesimpulan yang valid dan akurat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Toko Samui Ice Purwokerto telah berupaya memenuhi tanggung jawab hukum sesuai dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dengan memberikan informasi yang jelas serta layanan penggantian produk yang rusak. Dari perspektif Hukum Islam, toko juga berupaya menjalankan prinsip kejujuran dan transparansi dalam transaksi jual beli. Namun, masih terdapat beberapa kendala operasional seperti penyusutan es selama pengiriman yang memerlukan perbaikan dalam sistem pengelolaan logistik. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas layanan serta memberikan perlindungan yang lebih baik bagi konsumen.

Kata Kunci : UMKM, Jual Beli, Undang-Undang No.8 Tahun 1999, Hukum Islam

MOTTO

“It will pass, everything you've gone through it will pass.”

-Rachel Vennya-



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan kekuatan yang diberikan, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai bagian dari kewajiban akademik saya. Walaupun dalam prosesnya penuh tantangan dan kekurangan, saya tetap bersyukur karena akhirnya dapat menyelesaikan tugas ini dengan sebaik-baiknya. Karya ini saya persembahkan untuk kedua orang tua tercinta yang selalu mendoakan, mendukung, dan menjadi sumber semangat dalam setiap langkah saya. Untuk keluarga yang senantiasa memberi dorongan dan kasih sayang tanpa batas. Untuk sahabat-sahabat yang selalu ada, berbagi cerita, tawa, dan semangat di setiap perjalanan akademik ini. Untuk para dosen yang telah membimbing dan memberikan ilmu yang berharga. Terakhir, untuk diriku sendiri, terima kasih telah bertahan dan berjuang hingga titik ini. Semoga segala upaya dan doa ini membawa berkah serta kebahagiaan bagi semua. *Aamiin yaa Rabbal 'Alamin*.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena dengan rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha Dalam Menyelesaikan Problem Jual Beli Perspektif Hukum Islam Dan Undang - Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Pada Toko Samui Ice Purwokerto)”** dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum di Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Dalam penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung, secara moril maupun materiil. Oleh sebab itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tulus kepada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Dr. H. Supani, S.Ag., M.Ag, Dekan Fakultas Syariah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Dr. M. Iqbal Juliansyahzen S.Sy., M.H., Wakil Dekan I Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dr. Marwadi, M.Ag., Wakil Dekan II Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. Hariyanto, M.Pd., M.Hum., Wakil Dekan III Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. M. Wildan Humaidi, S.H.I., M.H., Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah dan Hukum Tata Negara Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

7. Mokhamad Sukron, Lc. M.Hum., Sekertaris Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Ainul Yaqin, M.Sy., Koordinator Prodi Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Prof K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Fatni Erlina, S.H.I., M.H., Dosen Pembimbing Skripsi yang telah penuh banyak kesabaran memberikan bimbingan, arahan, kritik, saran, dan membantu kelancaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
10. Segenap Dosen Fakultas Syari'ah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan seluruh jajaran civitas akademik Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
11. Kedua orang tua penulis, Bapak Triyono dan Ibu Omi Wahyuni, serta adik saya Rasya Muhammad Athaya yang telah memberikan motivasi serta dukungan baik secara fisik, materi maupun doa yang selalu dilimpahkan setiap harinya.
12. Sodara secepat saya Moza Dwi Pangestika dan Kevi Azilah Wulandari yang selalu memberi dukungan dan motivasi.
13. Keluarga besar dari pihak bapak dan ibu yang senantiasa memberikan doa dan dukungan.
14. Sahabat serba gass (Bintang Anugrah, Akhsan Maulana, Moch. Erdiansyah, Widya Kusumastuti, Nur Azizah Wulandari, Kurniawan Fajar, Galuh Nafalia).
15. Teman sambat (Dwiki Safiril, Lutvi Nur Rahmatika, Dwi Febriyan, Dita Nur Khasanah, Hayunaji, Relita Dwi), Teman skripsweet (Emi Nur Faizah, Alfianisa Lien, Monalisa Lesia), yang telah memberikan bantuan fisik maupun psikis.

16. Teman-teman Hukum Ekonomi Syariah B 2018 terimakasih untuk kesan dan pesannya selama masa perkuliahan.
17. Bagi seseorang yang belum bisa dituliskan dengan jelas di sini, tetapi sudah tertulis jelas di *Lauhul Mahfudz*. Terima kasih telah menjadi sumber inspirasi dan motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan penelitian ini sebagai bagian dari upaya untuk memantaskan diri, karena penulis percaya bahwa apa yang ditakdirkan menjadi milik kita akan datang kepada kita dengan versi terbaik kita masing-masing.
18. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu atas terselesainya skripsi ini.
19. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off I wanna thank me for, for never quitting, I wanna thank me for always being a giver And tryna give more than I receive, I wanna thank me for tryna do more right than wrong, I wanna thank me for just being me at all times.*

Purwokerto, 26 Maret 2025
Penulis,



Dinda Layla Sahvira
NIM. 1817301052

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang digunakan dalam pengusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987 tentang pedoman translitrasi Arab-Latin dengan beberapa penyesuaian menjadi berikut:

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	Š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥ	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik di atas)

ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Ṣad	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	Ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain '....	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El

م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

2. *Ta' Marbutah di akhir kata bila dimatikkann huruf h*

إجارة	Ditulis	<i>Ija>rah</i>
سمسرة	Ditulis	Samsarah

3. **Vokal Pendek**

َ	<i>Fath}ah</i>	Ditulis	A
ِ	<i>Kasrah</i>	Ditulis	I
ُ	<i>D}amah</i>	Ditulis	U

4. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif	Ditulis	A>
	حاجية	Ditulis	<i>H}a>jiyyah</i>
2.	Kasrah + ya'mati	Ditulis	I>
	الشافعي	Ditulis	<i>Al-Sy>afi'i></i>
3.	Dammah + waw mati	Ditulis	U>
	ضرورية	Ditulis	<i>D}aru>riyyah</i>

5. Kata Sandang Alif dan Lam

1. Bila diikuti huruf *syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf / (el) nya

السماء	Ditulis	<i>As-sama'</i>
--------	---------	-----------------

2. Bila diikuti huruf *qamariyyah*

القياس	Ditulis	<i>Al-Qiya>s</i>
--------	---------	---------------------

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
ABSTRAK.....	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-LATIN	xi
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Definisi Operasional.....	11
C. Rumusan Masalah	14
D. Tujuan Masalah	14
E. Manfaat Penelitian	15
F. Kajian Pustaka	16
G. Sistematika Penulisan	20
BAB II TANGGUNG JAWAB HUKUM DALAM PROBLEM JUAL	
 BELI PERSPEKTIF HUKUM ISLAM DAN UNDANG-	

	UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN	23
	A. Konsep Tanggung Jawab Hukum dalam Islam dan Hukum Positif .	23
	B. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha dan Konsumen dalam Islam	33
	C. Perlindungan Konsumen dalam Hukum Islam dan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen	37
BAB III	METODE PENELITIAN	45
	A. Jenis Penelitian	45
	B. Pendekatan Penelitian	45
	C. Lokasi Penelitian	46
	D. Jenis dan Sumber Data	47
	E. Metode Pengumpulan Data	49
	F. Metode Pengolahan Data	51
BAB IV	ANALISIS TANGGUNG JAWAB HUKUM PELAKU USAHA PRODUK ES KRISTAL PERSPEKTIF HUKUM ISLAM DAN UNDANG - UNDANG NO.8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DI TOKO SAMUI ICE PURWOKERTO.....	55
	A. Gambaran Umum Samui Ice Purwokerto	55
	B. Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha Produk Es Kristal dalam Menyelesaikan Problem Jual Beli di Samui Ice	57
	C. Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha Produk Es Kristal Dalam Menyelesaikan Problem Jual Beli Di Samui Ice Ditinjau Dari Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999	

	Tentang Perlindungan Konsumen	65
BAB V	PENUTUP	83
	A. Kesimpulan	83
	B. Saran	84

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persamaan dan perbedaan penelitian.....	19
---	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Gambar Keluhan dan Penyelesaian 1	63
Gambar 4.2 Gambar Keluhan dan Penyelesaian 2	64
Gambar 4.3 Gambar Keluhan dan Penyelesaian 3	65



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perlindungan konsumen adalah kebijakan yang dirancang untuk melindungi hak dan kepentingan konsumen. Konsumen sendiri adalah individu yang menggunakan barang atau jasa untuk keperluan pribadi, rumah tangga, atau lainnya tanpa tujuan menjual kembali. Sementara itu, pelaku usaha mencakup individu atau entitas bisnis, baik berbadan hukum maupun tidak, yang menjalankan kegiatan usaha secara mandiri atau melalui perjanjian dalam berbagai sektor ekonomi di Indonesia.¹

Usaha Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam struktur ekonomi Indonesia. UMKM berperan penting dalam perekonomian Indonesia karena menyerap banyak tenaga kerja dan berkontribusi besar pada PDB. Meski tersebar di berbagai sektor dan menjadi penopang ekonomi rakyat, UMKM masih menghadapi kendala seperti akses pembiayaan, teknologi, dan manajemen. Untuk mempercepat pertumbuhan, diperlukan dukungan kebijakan pemerintah yang menyeluruh, termasuk pelatihan, pendampingan, dan digitalisasi usaha.² Mereka adalah tulang punggung ekonomi Indonesia, menyumbang lebih dari 60% dari PDB. Selain itu, UMKM juga menyediakan banyak lapangan pekerjaan, menyerap sekitar 97% tenaga kerja di Indonesia. Berkat fleksibilitas dan kemampuannya untuk merespons perubahan pasar, sektor ini mampu bertahan dari guncangan dan

¹ Undang - Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

² Windusancono, B. A. (2021). Upaya percepatan pertumbuhan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia. *Mimbar Administrasi Fisip Untag Semarang*, 18(1), 01-14.

krisis ekonomi. UMKM juga berkontribusi dalam mendorong pemerataan ekonomi dalam Indonesia, terutama bagi masyarakat yang tinggal di daerah pedesaan dengan sumber daya ekonomi yang terbatas. Berkat kehadiran UMKM, masyarakat pedesaan memiliki kesempatan untuk meningkatkan taraf hidup mereka melalui kegiatan ekonomi produktif.³

Di tingkat regional, UMKM memiliki peran penting, termasuk di Jawa Tengah yang dikenal dengan produk agroindustri unggulan seperti manisan carica dari Dieng, gula semut dari Purworejo, tali tambang dari Bumiayu, serta susu dan keju dari Boyolali. Meski demikian, kontribusi ekspor provinsi ini masih rendah dibandingkan daerah lain di Pulau Jawa. Untuk mengatasi hal tersebut, Hakim (2024) menggunakan metode K-Means Clustering guna memetakan UMKM agroindustri berdasarkan kapasitas produksinya. Hasilnya, UMKM dengan skala produksi 4–18,3 dinilai memiliki potensi ekspor terbaik. Temuan ini menekankan perlunya strategi pengembangan yang menitikberatkan pada peningkatan kapasitas produksi dan perluasan akses pasar global.⁴

Di Kabupaten, keberadaan UMKM memiliki dampak signifikan, termasuk di Provinsi Jawa Tengah. UMKM di wilayah ini berkembang di berbagai bidang, mulai dari perdagangan, jasa, pertanian, hingga industri kreatif seperti kerajinan dan kuliner. Contohnya, di Desa Kalikidang,

³ Sihaloho J. E., Ramadani, A., & Rahmayanti S., Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Bagi Perkembangan UMKM di Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(2), 2020, hlm. 287-297.

⁴ Hakim, M. L. (2024). Analisis Dan Desain Pemetaan UMKM Agroindustri Jawa Tengah Dengan Metode K-MEANS Cluster Untuk Peningkatan Ekspor: Analysis and Design of Mapping SMEs-Based Agroindustry in Central Java using the K-Means Cluster Method for Export Enhancement. *Jurnal Agroindustri Terapan Indonesia*, 1(2), 19-28.

Banyumas, pengelolaan UMKM yang terarah terbukti mampu meningkatkan pendapatan warga dan mendorong kemandirian ekonomi desa. Meski begitu, pelaku UMKM masih menghadapi hambatan seperti keterbatasan permodalan, akses pasar yang sempit, dan lemahnya kemampuan manajerial. Untuk itu, pengembangan UMKM membutuhkan pendekatan menyeluruh melalui pelatihan wirausaha, peningkatan digitalisasi, serta sinergi antara pemerintah dan lembaga pendukung.⁵

Walaupun memiliki peran krusial dalam perekonomian, UMKM di Indonesia masih menghadapi beragam tantangan yang signifikan dan kompleks. Kendala-kendala tersebut antara lain sulitnya akses terhadap modal, keterbatasan dalam mengadopsi teknologi terbaru, dan kurangnya kemampuan manajemen. Banyak UMKM menghadapi kesulitan dalam mengakses keuangan formal karena keterbatasan agunan atau kelayakan kredit. Selain itu, keterbatasan akses ke teknologi digital dan peluang pemasaran juga menjadi hambatan. Guna memperkuat daya saing di pasar yang lebih luas, terutama di era globalisasi dan digitalisasi, Pemerintah India telah memberikan dukungan melalui berbagai skema, seperti bantuan modal, pelatihan, dan penyediaan infrastruktur digital, untuk mendorong pertumbuhan UMKM dan memperkuat posisinya dalam perekonomian nasional.⁶

⁵ Dewi, D. H., Setyawati, I., Karyatun, S., Setiawan, A. R., Hardianto, M. N., & Zulfikar, A. (2023). Strategi Pengembangan Dan Pengelolaan UMKM Desa Kalikidang Banyumas Jawa Tengah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Darul Ulum*, 2(1), 1-9.

⁶ Hartono, H., & Hartomo, D. D., Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan UMKM di Surakarta, *Jurnal Bisnis dan Manajemen (Journal of Business and Management)*, 14(1), 2016, hlm. 15-30.

Dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat, penilaian konsumen menjadi faktor kunci dalam keberlangsungan UMKM Indonesia. Konsumen cenderung lebih memperhatikan kualitas produk, harga, layanan, dan reputasi UMKM saat membuat keputusan pembelian. Ulasan pelanggan yang positif tidak hanya meningkatkan loyalitas pelanggan, tetapi juga dapat menjadi alat promosi yang ampuh melalui rekomendasi pribadi atau media sosial. Akibatnya, UMKM biasanya berusaha meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka untuk memenuhi harapan konsumen.⁷

Selain kualitas produk dan layanan, konsumen juga menilai UKM berdasarkan nilai tambah yang mereka berikan, seperti keunikan produk lokal, keberlanjutan, dan dampak sosial. Sebagai contoh, UKM yang mendukung ekonomi lokal atau menghasilkan produk yang ramah lingkungan cenderung lebih dihargai oleh konsumen yang peduli terhadap dampak sosial dan lingkungan. Pengakuan konsumen mendorong UKM untuk berinovasi dan meningkatkan kualitas agar tetap relevan dan kompetitif di pasar. Hal ini juga memotivasi UKM untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang kebutuhan dan preferensi konsumen agar bisa menciptakan produk dan layanan yang lebih memenuhi kebutuhan pasar.⁸

Contohnya adalah kasus di Toko Samui Ice, produsen es kristal di Purwokerto. Mereka menjual produk es kristal buatan sendiri yang menarik

⁷ Sufaidah, S., Munawarah, M., Aminah, N., Prasastii, M. A., & Oktavianti, D, Pengembangan Kualitas Produk UMKM Melalui Inovasi Kemasan dan Digital Marketing. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 2022, hlm. 152-156.

⁸ Dahmiri, D., Bhayangkari, S. K. W., & Khalik, I, Pengaruh kualitas produk dan inovasi terhadap keunggulan bersaing UMKM kuliner di masa pandemi covid-19. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(2), 2021, hlm. 434-438.

banyak pelanggan karena harganya yang ekonomis. Pelanggan harus membaca deskripsi produk sebelum memesan. Setelah mereka memahami informasi produk, mereka dapat melanjutkan transaksi. Produk yang dipesan secara online atau melalui WhatsApp dikirim melalui jasa kurir, dan pelanggan biasanya memberikan komentar atau komplain melalui WhatsApp atau Google Maps setelah mereka menerima pesanan.⁹

Dalam hal ini, konsumen terbagi menjadi dua kelompok: pertama, mereka yang puas dengan produk yang diterima, dan kedua, mereka yang merasa kurang puas. Konsumen yang puas biasanya akan menyampaikan ulasan positif, memberikan komentar yang relevan dengan produk, atau bahkan memberikan nilai sempurna kepada toko tersebut. Sebaliknya, konsumen yang tidak puas cenderung menyatakan ketidakpuasan mereka melalui pengajuan keluhan kepada penjual atau dengan memberikan penilaian rendah seperti satu atau dua bintang untuk toko tersebut.¹⁰

Beberapa konsumen telah menyatakan ketidakpuasan mereka terhadap produk yang mereka terima dengan mengajukan keluhan serta menuntut kompensasi dari penjual melalui kolom komentar pada halaman penilaian. Akan tetapi, hanya sejumlah kecil konsumen yang berhasil memperoleh tanggapan dari penjual atau administrator toko. Ketiadaan interaksi Dari pihak penjual maupun pengelola Toko Samui Ice memberikan pengalaman

⁹ Musfirah, R., & Swasti, I. K., Pelatihan Dan Pendampingan Digital Marketing Untuk Peningkatan Brand Awareness UMKM “Dapoer Kerontang”. *ALKHIDMAH: Jurnal Pengabdian dan Kemitraan Masyarakat*, 1(3), 2023, hlm. 34-44.

¹⁰ Simanjuntak, G., Aisyah, S., & Rizqi, A, Pendampingan GMAPS dan QRIS sebagai Media Digitalisasi UMKM Desa Tempurejo Kabupaten Jember. *Al-Khidmah Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 2024, hlm. 193-202.

yang kurang menyenangkan bagi konsumen, sehingga mereka merasa tidak dihargai dan mengalami kekecewaan terhadap perlakuan penjual yang tampaknya enggan menunjukkan tanggung jawab seharusnya ke pelanggan mereka.¹¹

Pasal 7 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa pelaku usaha harus bertindak dengan itikad baik dan bertanggung jawab memberikan kompensasi jika konsumen mengalami kerugian. Undang-Undang ini juga menekankan pentingnya kewajiban pelaku usaha dalam memastikan kualitas, keamanan, dan kesesuaian produk yang ditawarkan kepada konsumen atau layanan yang mereka tawarkan. Pasal 19 ayat 1 menegaskan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab atas dampak negatif, seperti kerusakan, pencemaran, atau kerugian yang dialami konsumen akibat penggunaan produk atau layanan yang mereka tawarkan. Ayat kedua dari pasal yang sama menyatakan bahwa kompensasi yang diberikan dapat berupa pengembalian dana, penggantian produk atau layanan sejenis, perawatan medis, atau memberikan santunan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Hal ini mencerminkan komitmen hukum dalam melindungi hak konsumen serta memastikan pelaku usaha menjalankan tanggung jawabnya dengan adil dan bertanggung jawab.¹²

Dalam Hukum Islam, penetapan hukum didasarkan pada empat sumber utama: Al-Qur'an sebagai wahyu utama, Hadits yang mencatat

¹¹ Senoaji, F, Hubungan Antara Tanggung Jawab Sosial, Kualitas Pelayanan, dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah BSI Surabaya. *Improvement: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(2), 2021, hlm. 165-172.

¹² Undang - Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

perkataan dan perbuatan Nabi, Ijma' sebagai kesepakatan ulama, serta Qiyas yang menetapkan hukum berdasarkan analogi. Dalam perlindungan konsumen, prinsip Al-Qur'an menjadi landasan penting, seperti dalam Surat Al-Baqarah Ayat 279, yang memperingatkan bahwa praktik riba berujung pada perlawanan dari Allah dan Rasul-Nya, sementara mereka yang bertaubat berhak atas pokok hartanya tanpa menzalimi atau dizalimi.

Ayat ini pada intinya menjelaskan tentang larangan riba dan menekankan pentingnya perlindungan konsumen. Ditegaskan di bagian akhir ayat, bahwa setiap orang harus menghindari perbuatan dzalim serta tidak boleh menzalimi orang lain. Dalam Islam, bisnis harus didasarkan pada kesepakatan bebas antara semua pihak yang berkepentingan. Ajaran Nabi Muhammad SAW menekankan pentingnya nilai-nilai yang menjaga hak-hak pelanggan. Karena itu, menjalankan bisnis dengan prinsip kejujuran, keadilan, dan keterbukaan sangatlah krusial, sesuai dengan nilai-nilai dasar dalam ajaran Islam tentang berbisnis.¹³

Fatwa Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 dari Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia mengatur transaksi jual beli sesuai hukum syariah. Fatwa ini bertujuan membimbing umat Islam dalam menjalankan transaksi yang berlandaskan nilai-nilai syariat. Jual beli dalam Islam didefinisikan sebagai perjanjian antara penjual dan pembeli untuk menukar barang atau jasa dengan imbalan yang sesuai prinsip syariah. Transaksi ini harus memenuhi syarat, termasuk keberadaan pihak yang bertransaksi, objek yang

¹³ Nurhalis, Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam Dan Undang - Undang Nomor 8 Tahun 1999. Lombok Timur, Jurnal IUS, Vol III, Nomor 9 Desember 2015.

diperdagangkan, dan persetujuan eksplisit dari kedua belah pihak.

Fatwa ini juga menekankan pentingnya menghindari unsur yang dilarang dalam syariah, seperti *gharar* (ketidakpastian), *riba* (bunga), dan *maysir* (perjudian). Selain itu, barang atau jasa yang diperjualbelikan harus halal, bermanfaat, dan dapat diserahkan secara fisik maupun kepemilikan. Fatwa ini memberi landasan hukum yang kuat bagi pelaku usaha dalam menjalankan transaksi dengan penuh integritas dan keadilan. Dengan adanya panduan ini, diharapkan umat Islam dapat menjalankan aktivitas ekonominya secara amanah, sesuai dengan nilai-nilai keislaman, sekaligus memberikan keberkahan dalam setiap transaksi yang dilakukan.

Jual beli islam/bai' menekankan pentingnya transparansi dalam setiap proses transaksi. Penjual bertanggung jawab memberikan informasi yang jelas dan transparan mengenai barang yang dijual, termasuk kualitas, kuantitas, dan kondisinya. Dalam konteks produk es kristal, penjual bertanggung jawab memastikan barang tersebut halal, *thayyib* (baik), dan tidak membahayakan konsumen. Prinsip ini bertujuan untuk menghindari adanya *gharar* (ketidakpastian) dan *maysir* (spekulasi) dalam transaksi, yang dilarang dalam hukum Islam. Dengan transparansi ini, hak dan kewajiban antara penjual dan pembeli menjadi seimbang, serta tercipta keadilan dalam transaksi.¹⁴

Konsep jual beli atau bai' turut memberikan dasar bagi tanggung jawab pengusaha kepada pelanggan. Sesuai dengan perjanjian yang telah

¹⁴ Muttaqin, A, Transaksi e-commerce dalam tinjauan hukum jual beli islam. *Ulumuddin Journal of Islamic Legal Studies*, 7(1), 2011.

disetujui, penjual harus menjamin mutu produk dan bertanggung jawab memberi kompensasi jika produk tersebut cacat atau rusak. Pendekatan ini selaras dengan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang menegaskan hak konsumen untuk mendapatkan keamanan, kenyamanan, serta informasi yang jelas dan akurat. Dengan demikian, penggunaan konsep jual beli bai' dalam hal ini tidak hanya memiliki signifikansi dalam lingkup hukum Islam, bisa mendukung penerapan tanggung jawab hukum oleh pengusaha terhadap konsumen.¹⁵

Toko Samui Ice di Purwokerto, sebagai penyedia es kristal, menghadapi beberapa tantangan operasional yang memengaruhi kualitas pelayanan kepada konsumen. Dalam pra survey yang saya lakukan terhadap pemilik Samui Ice yaitu ibu Yeni Setyaningsih dan salah satu admin toko tersebut yaitu Johan Wahyudi terdapat berbagai masalah. Salah satu masalah utama adalah penyusutan es selama proses pengiriman. Hal ini disebabkan oleh ketidaksempurnaan dalam pengelolaan suhu selama distribusi, sehingga sebagian es mencair sebelum sampai ke tangan pelanggan atau bahkan cuaca saat pengiriman sangat panas dan staff pengirim tidak menggunakan box atau pengamanan extra dalam menjaga es kristal tersebut. Kondisi ini tidak hanya merugikan konsumen tetapi juga berpotensi menciptakan ketidakpercayaan terhadap kemampuan toko dalam menjaga kualitas produknya.¹⁶

¹⁵ Arfat, I. R. M. A. W. A. T. I., Transaksi Jual Beli Online Perspektif Hukum Islam. *Al-Syakhshiyah*, 3(1), 2021, hlm. 363-641.

¹⁶ Yusnita, F. F., & Rahman, T, Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Metode Full Costing Untuk Menetapkan Harga Jual Pada Produk Es Kristal (Studi Pada Umkm Es Kristal Imam Desa Mabuun Kecamatan Murung Pudak Kabupaten Tabalong). *Japb*, 7(2), 2024, hlm. 1910-1922.

Masalah lainnya adalah keterlambatan pengiriman, yang kerap kali menjadi keluhan pelanggan. Faktor-faktor seperti manajemen waktu yang kurang optimal, kendala transportasi, atau kerusakan pada kendaraan pengirim dapat menyebabkan pesanan tiba tidak sesuai jadwal. Hal ini sangat berdampak pada konsumen yang membutuhkan es kristal untuk keperluan mendesak, seperti acara besar atau operasional bisnis, di mana waktu menjadi faktor yang sangat krusial.¹⁷

Selain itu, toko juga sering menghadapi kesalahan jumlah pesanan, baik dalam hal kekurangan maupun kelebihan es yang dikirimkan kepada pelanggan. Kesalahan ini dapat terjadi akibat kekeliruan dalam pencatatan pesanan atau komunikasi yang tidak jelas antara pelanggan dan pihak toko. Akibatnya, ketidakpuasan konsumen muncul karena layanan yang tidak sesuai harapan, yang dapat merusak reputasi toko penjual es kristal.¹⁸

Pemahaman mendalam terhadap isu-isu tersebut sangat penting, terutama dalam kaitannya dengan kewajiban hukum bagi pelaku bisnis serta perlindungan konsumen menurut Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. Kasus yang disebutkan mendorong penulis untuk meneliti lebih lanjut melalui studi mendalam dengan judul: “Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha dalam Menyelesaikan Problem Jual Beli Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus Toko Samui Ice di Purwokerto).”

¹⁷ Desidera, I., Eka Lestiani, M., & M Pakpahan, H, *Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keterlambatan Pengiriman Es Kristal Dari Produsen Ke Konsumen Di Daerah Bandung Raya (Studi Kasus: Unit Bisnis Ice Fresh) (Ta. 13.15. 22.63)*, Skripsi (Stimlog Indonesia, 2022).

¹⁸ Pra-Survei dengan pemilik Samui Ice Purwokerto yaitu ibu Yeni Setyaningsih.

B. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah konsep yang mengidentifikasi dua variabel utama dalam penelitian, yaitu variabel dependen dan independen, serta menjelaskan interaksi di antara keduanya. Konsep ini bertujuan untuk mempermudah pemahaman terhadap judul penelitian: “Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha dalam Menyelesaikan Problem Jual Beli Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus Toko Samui Ice Purwokerto).”

1. Tanggung Jawab Hukum

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), tanggung jawab adalah kewajiban seseorang untuk menanggung akibat dari suatu tindakan atau peristiwa, yang dapat menjadi dasar bagi pihak lain untuk mengajukan tuntutan hukum jika diperlukan. Dalam konteks hukum, tanggung jawab mencerminkan kewajiban individu atau entitas dalam menjalankan tugas sesuai dengan ketentuan yang berlaku.¹⁹

Secara etimologis, istilah tanggung jawab hukum atau liability sering dianggap serupa dengan responsibility. Menurut *Black's Law Dictionary*, *legal liability* adalah bentuk tanggung jawab yang diakui oleh pengadilan dan mengikat pihak-pihak yang terlibat dalam suatu perkara hukum.²⁰

2. Hukum Islam

Hukum Islam dalam pengertian operasional, merujuk pada

¹⁹ Andi Hamzah, Kamus Hukum, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), hlm. 26.

²⁰ Soekidjo Notoatmoja, Etika dan Hukum Kesehatan, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm.

kumpulan norma, aturan, dan prinsip yang bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah serta diperluas melalui metode ijtihad untuk diterapkan dalam kehidupan umat Islam. Norma-norma ini mencakup berbagai aspek kehidupan, termasuk ibadah, muamalah, jinayah, munakahat, dan lainnya. Secara praktis, hukum Islam tidak hanya berfungsi sebagai sistem legal yang mengatur hubungan sosial, tetapi juga sebagai pedoman moral dan spiritual yang bertujuan mendekatkan manusia kepada Tuhan. Dalam konteks ini, hukum Islam memiliki dimensi yang lebih luas dibandingkan dengan hukum sekuler, karena mencakup aturan yang bersifat duniawi maupun ukhrawi.²¹

Secara implementasi, hukum Islam dapat diterapkan dalam bentuk hukum substantif yang termuat dalam qanun atau peraturan perundang-undangan, maupun dalam bentuk kaidah yang dijalankan secara individu dan kolektif oleh umat Islam. Penerapannya didasarkan pada prinsip keadilan, kemaslahatan, dan ketaatan kepada Allah. Oleh karena itu, syariat Islam bukan hanya mengikuti norma tetapi juga bersifat adaptif, dapat beradaptasi dengan perubahan zaman melalui proses ijtihad, yang memungkinkannya untuk tetap sesuai dalam mengatasi berbagai isu kontemporer yang dihadapi oleh umat Islam global.²²

Dalam Islam, transaksi jual beli atau bai' adalah aktivitas yang diperbolehkan dan dianggap sebagai bagian dari muamalah yang bertujuan

²¹ Warkum Sumitro, *Hukum Islam (Di Tengah Dinamika Sosial Politik di Indonesia)*, (Malang: Setara Press, 2016), hlm. 5.

²² Syamsul Anwar, *Hukum Perjanjian Syariah (Studi Tentang Teori Akad Dalam Fikih Muamalat)*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 3.

memenuhi kebutuhan manusia. Hukum jual beli diatur dalam syariat Islam untuk memastikan adanya keadilan, kejujuran, dan kepatuhan terhadap peraturan halal dan haram. Dalam transaksi jual beli, kejujuran dan transparansi antara penjual dan pembeli sangat penting untuk mencegah kecurangan serta menghindari kerugian bagi salah satu pihak.²³

Landasan hukum jual beli dalam Al-Qur'an salah satunya terdapat dalam Surah Al-Baqarah ayat 275, yang berbunyi: "Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. "Ayat ini menegaskan bahwa jual beli adalah aktivitas yang halal selama memenuhi prinsip-prinsip syariat, seperti adanya kerelaan antara penjual dan pembeli, barang atau jasa yang halal dan tidak merugikan, serta terpenuhinya syarat dan rukun transaksi.²⁴

3. Pelaku Usaha

Pelaku usaha es kristal dalam penelitian ini merujuk pada individu atau badan usaha yang menjalankan kegiatan produksi, distribusi, dan penjualan es kristal untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Pelaku usaha bertanggung jawab atas kualitas produk, proses pengiriman, serta pelayanan kepada pelanggan, termasuk menangani keluhan yang timbul akibat masalah seperti penyusutan es, keterlambatan pengiriman, atau kesalahan jumlah pesanan. Dalam konteks hukum, pelaku usaha wajib mematuhi ketentuan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, serta menjunjung nilai-nilai etika sesuai dengan

²³ Saputra, W., Supandi, A., & Hendrarso, P. Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Terhadap Peluang Usaha Es Kristal di Kota Serang.

²⁴ Harun, M. H, *Fiqh muamalah*, (Muhammadiyah University Press, 2007), hlm. 23.

prinsip Hukum Islam, yang menekankan tanggung jawab, kejujuran, dan keadilan dalam transaksi jual beli.²⁵

4. Produk Es Kristal

Produk Es kristal adalah jenis es yang dihasilkan melalui proses pembekuan khusus sehingga memiliki bentuk yang lebih padat, jernih, dan tahan lama dibandingkan es biasa. Es kristal biasanya diproduksi menggunakan mesin pembuat es khusus yang menghasilkan es dengan kualitas lebih tinggi, tanpa gelembung udara, sehingga menghasilkan tekstur es yang lebih keras dan bening.²⁶

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana tanggung jawab hukum pelaku usaha es kristal dalam menyelesaikan permasalahan jual beli di Samui Ice ?
2. Bagaimana tanggung jawab hukum pelaku usaha es kristal dalam permasalahan jual beli di Samui Ice berdasarkan perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?

D. Tujuan Masalah

1. Untuk menganalisis tanggung jawab hukum pelaku usaha es kristal dalam menyelesaikan problem jual beli di Samui Ice.
2. Untuk menganalisis tanggung jawab hukum pelaku usaha produk es kristal dalam problem jual beli di Samui Ice berdasarkan perspektif Hukum Islam dan Undang - Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

²⁵ Saputra, W., Supandi, A., & Hendrarso, P. Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Terhadap Peluang Usaha Es Kristal di Kota Serang.

²⁶ Latief, A., Melu, P. F., Lahay, I. H., & Hasanuddin, H, Pengukuran Waktu Kerja Karyawan pada Pengemasan Es Kristal Menggunakan Metode Time Study. "Jambura Industrial Review (JIREV)", 1(2), 2021, hlm. 48-57.

E. Manfaat Penelitian

1. Aspek Teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk memperluas pemahaman mengenai perlindungan konsumen dalam hukum positif Indonesia, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, serta dalam perspektif Hukum Islam. Selain itu, penelitian ini berupaya menyumbangkan pemikiran terhadap perkembangan teori tentang kewajiban pelaku usaha terhadap konsumen, khususnya dalam sektor usaha kecil dan menengah, dengan fokus pada toko es kristal Samui Ice.

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya, terutama dalam menganalisis hubungan antara perlindungan konsumen, tanggung jawab pelaku usaha, dan kepastian hukum dalam transaksi komersial.

2. Aspek Praktis

Dalam konteks praktis, diharapkan bahwa temuan dari penelitian ini akan menyediakan pemahaman yang lebih dalam untuk para pengusaha, terutama yang beroperasi di sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), mengenai keharusan mematuhi hak-hak konsumen serta kewajiban yang ditetapkan oleh regulasi yang ada dan nilai-nilai Islam. Studi ini juga bertujuan untuk menjadi referensi bagi konsumen agar lebih mengerti hak-hak mereka ketika melakukan transaksi, tidak terbatas pada transaksi online atau offline. Lebih lanjut, diharapkan bahwa hasil

penelitian ini akan berkontribusi sebagai dasar evaluasi bagi pemerintah atau otoritas terkait dalam merumuskan kebijakan dan regulasi yang relevan dalam menciptakan kebijakan yang mengambil peran lebih aktif dalam menjamin perlindungan hak-hak konsumen di Indonesia, dengan perhatian khusus pada sektor UMKM.

F. Kajian Pustaka

Dalam penelitian ini, tinjauan literatur dijadikan acuan untuk menguatkan analisis teoretis serta menyediakan data yang berkaitan dengan subjek yang ditelaah. Kajian literatur ini memungkinkan peneliti untuk mengevaluasi teori-teori dan studi-studi terdahulu yang memiliki kaitan dengan hak-hak konsumen dan kewajiban para pelaku bisnis.

Studi yang telah ada memberikan gambaran tentang kesamaan dan ketidaksetaraan dengan riset yang sedang dijalankan. Kajian ini bertujuan untuk mencegah terjadinya pengulangan dan penjiplakan, sekaligus memastikan keaslian dari riset. Berikut ini adalah uraian dari beberapa studi yang sudah dilaksanakan sebelumnya:

1. Skripsi oleh Vanda Indarsita, UIN Sunan Ampel Surabaya 2017.

Studi ini mengkaji tentang tanggung jawab yang harus diemban oleh pengusaha akibat adanya kesalahan dalam proses produksi yang terjadi di Wira Konveksi Sidoarjo, termasuk keterlambatan dalam menyelesaikan pesanan serta kesalahan dalam produksi yang dapat merugikan para konsumen. Temuan dari studi ini menegaskan bahwa Wira Konveksi memiliki kewajiban untuk memberikan kompensasi sesuai dengan

ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.²⁷

2. Skripsi Ade Maharani, H. UIN Saizu (2023).²⁸

Studi ini menghasilkan beberapa temuan penting. Pertama, dalam praktik jual beli sembako Bantuan Pangan Non Tunai (BPNT) di Desa Bumiagung, ditemukan adanya dinamika dalam pelaksanaan transaksi yang melibatkan berbagai pihak, termasuk agen penyalur dan penerima manfaat., transaksi dilakukan melalui agen atau e-warong yang telah ditunjuk, namun masih terdapat kendala dalam distribusi dan kualitas barang. Kedua, penerima manfaat memiliki beragam pandangan terkait transaksi ini, dengan kecenderungan umum merasa kurang puas terhadap fleksibilitas pilihan barang dan harga yang diterapkan. Ketiga, dalam perspektif hukum ekonomi syariah, transaksi jual beli sembako BPNT diperbolehkan selama memenuhi prinsip keadilan, kejujuran, dan tidak mengandung unsur gharar (ketidakjelasan) serta riba. Meskipun demikian, beberapa praktik yang terjadi di lapangan masih memerlukan evaluasi agar lebih sesuai dengan prinsip syariah, terutama dalam aspek transparansi harga dan mutu barang. Terakhir, sistem jual beli langsung dengan kebebasan memilih barang dan harga yang lebih kompetitif dianggap sebagai alternatif yang lebih baik untuk meningkatkan kepuasan penerima

²⁷ Vanda Indarsita, 2019, "Analisis Hukum Islam Dan Undang - Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Pertanggung Jawaban Atas Kesalahan Produksi Di Wira Konveksi Sidoarjo.

²⁸ Ade Maharani, H, "Jual Beli Sembako Bantuan Pangan Non Tunai Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Desa Bumiagung Kec. Rowokele, Kab. Kebumen)", *Skripsi* (UIN Saizu Purwokerto, 2023).

manfaat dan menghindari potensi ketidakadilan dalam transaksi.

3. Skripsi Hartini, UIN Raden Intan Lampung 2019.

Studi ini mengkaji pengaruh negatif dari penjualan cendol yang terkontaminasi oleh tawas dan zat warna tekstil terhadap kesehatan pembeli. Temuan dari studi ini menegaskan bahwa praktik tersebut bertentangan dengan nilai-nilai halal yang dijunjung dalam agama Islam.²⁹

4. Penelitian Ramadhany, N. P., Aravik, H., & Choirunnisak, C. (2023)

Penelitian ini mengeksplorasi penerapan etika bisnis Islam dalam kegiatan operasional Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), dengan studi kasus pada Rozza Bakery di Palembang. Metode kualitatif dipilih oleh peneliti untuk mengevaluasi penerapan nilai-nilai etika Islam, termasuk kejujuran, keadilan, dan keterbukaan, dalam praktik bisnis tersebut. Temuan dari studi ini menunjukkan upaya Rozza Bakery dalam mengintegrasikan etika bisnis Islam ke dalam proses operasional mereka. Namun, masih terdapat beberapa tantangan dalam menyeimbangkan antara pencapaian keuntungan dan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip etika Islam dalam operasional bisnis.³⁰

5. Penelitian Santriati, A. T., & Juwita, D. R. Pada tahun 2022

Kajian ini membahas perlindungan hak-hak konsumen berdasarkan perspektif Hukum Islam serta Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang

²⁹ Hartini, “ Tinjauan Hukum Islam Terhadap Dampak Praktek Jual Beli Cendol Yang Mengandung Tawas Dan Pewarna Tekstil (Studi Kasus Di Pasar Talang Padang Kabupaten Tanggamus)”, *Skripsi* (UIN Raden Intan Lampung, 2019).

³⁰ Ramadhany, N. P., Aravik, H., & Choirunnisak, C, Analisis penerapan prinsip etika bisnis islam terhadap usaha mikro kecil dan menengah (umkm) pada rozza bakery palembang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 3(1), 2023, hlm. 13-26.

Perlindungan Konsumen. Penulis menerapkan metode analisis perbandingan guna mengidentifikasi persamaan dan perbedaan antara kedua kerangka hukum ini. Temuan dari kajian ini menandakan bahwa kedua sistem hukum memiliki tujuan yang sama yaitu untuk melindungi hak-hak konsumen dan menjamin keadilan dalam setiap transaksi.³¹

Tabel berikut menyajikan persamaan dan perbedaan dalam penelitian yang telah dijelaskan dengan proposal peneliti :

Tabel 1.1 Persamaan dan perbedaan penelitian.

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Vanda Indarsita	“Analisis Hukum Islam Dan Undang - Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Pertanggung Jawaban dari Kesalahan Produksi pada Wira Konveksi Sidoarjo”	Fokus pada tanggung jawab pelaku usaha atas kerugian konsumen.	Penelitian Vanda fokus pada kesalahan produksi, sedangkan penulis meneliti kurangnya respon atas keluhan konsumen.
2.	Ade Maharani, H	Jual beli sembako bantuan pangan non tunai perspektif hukum ekonomi syariah (studi kasus desa bumiagung kec. rowokele, kab. kebumen)	Fokus pada membahas jual beli sembako BPNT.	Menggunakan Prinsip ekonomi syariah, serta isu utama adalah Ketidakjelasan harga dan keterbatasan pilihan barang dalam BPNT
3.	Hartini	“Tinjauan Hukum Islam Terhadap Dampak Praktek Jual Beli Cendol	Fokus pada tanggung jawab pelaku usaha terhadap	Penelitian Hartini lebih menekankan pada aspek kesehatan dan

³¹ Santriati, A. T., & Juwita, D. R., *Perlindungan Hak Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999*, Jurnal Hukum dan Ekonomi, 12(1), 2022, hlm. 45-60.

		Yang Mengandung Tawas Dan Pewarna Tekstil”	konsumen.	bahan yang digunakan, sedangkan penulis fokus pada respons terhadap keluhan konsumen.
4.	Ramadhany, N. P., Aravik, H., & Choirunnisa k, C.	“Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Terhadap Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Pada Rozza Bakery Palembang”	Fokus pada tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen dan penerapan prinsip etika bisnis Islam.	Penelitian ini membahas penerapan etika bisnis Islam pada UMKM, sedangkan penulis meneliti keluhan konsumen dan sikap tanggung jawab dari pelaku usaha di jual beli.
5.	Santriati, A. T., & Juwita, D. R.	“Perlindungan Hak Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang - Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999”	Fokus pada hak konsumen dan perlindungan konsumen dalam hukum Islam dan Undang - Undang Perlindungan Konsumen.	Pendekatan Santriati menggabungkan perspektif hukum Islam dan regulasi nasional, sementara penelitian penulis fokus pada tanggung jawab pelaku usaha.

G. Sistematika Penulisan

Untuk memahami secara umum tentang penulisan, maksud, dan tujuan dari penelitian ini, akan disajikan secara ringkas sistematika uraian penelitian ini.

Pada Bab Pertama Pendahuluan, penelitian ini akan menguraikan latar belakang masalah yang melatarbelakangi penelitian ini, definisi operasional untuk memperjelas makna istilah yang digunakan, rumusan masalah sebagai fokus utama penelitian, tujuan penelitian yang ingin dicapai, manfaat

penelitian bagi berbagai pihak, kajian pustaka yang berisi penelitian terdahulu yang relevan, serta sistematika penulisan yang menjelaskan struktur penelitian secara keseluruhan.

Bab Kedua membahas Tanggung Jawab Hukum dalam Problem Jual Beli Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Dalam bab ini akan dijelaskan konsep tanggung jawab hukum dalam Islam dan hukum positif, hak dan kewajiban pelaku usaha serta konsumen dalam Islam, serta perlindungan konsumen dalam hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pembahasan ini akan memberikan landasan teoritis yang menjadi pijakan dalam menganalisis permasalahan yang diteliti.

Bab Ketiga Metode Penelitian akan menguraikan jenis penelitian yang digunakan, pendekatan yang diterapkan dalam penelitian ini, lokasi penelitian sebagai tempat pengambilan data, jenis dan sumber data yang digunakan untuk mendukung analisis, metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi secara valid dan sistematis, serta metode pengolahan data yang akan diterapkan dalam menganalisis hasil penelitian.

Pada Bab Keempat, penelitian ini akan membahas Analisis Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha Produk Es Kristal Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen di Toko Samui Ice Purwokerto. Bab ini diawali dengan gambaran umum mengenai Samui Ice Purwokerto, kemudian dilanjutkan dengan pembahasan mengenai tanggung jawab hukum pelaku usaha produk es kristal dalam

menyelesaikan problem jual beli di toko tersebut. Selanjutnya, akan dianalisis bagaimana tanggung jawab hukum tersebut ditinjau dari perspektif hukum Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, sehingga memberikan gambaran konkret mengenai implementasi regulasi yang berlaku.

Bab Kelima Penutup berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, yang merangkum temuan utama serta jawaban atas rumusan masalah yang telah disusun sebelumnya. Selain itu, dalam bab ini juga disampaikan saran yang dapat menjadi masukan bagi pihak-pihak terkait, baik bagi pelaku usaha, konsumen, maupun bagi penelitian selanjutnya agar dapat memberikan kontribusi yang lebih luas dalam kajian hukum perlindungan konsumen.



BAB II

TANGGUNG JAWAB HUKUM DALAM PROBLEM JUAL BELI

PERSPEKTIF HUKUM ISLAM DAN UNDANG-UNDANG

PERLINDUNGAN KONSUMEN

A. Konsep Tanggung Jawab Hukum dalam islam dan Hukum Positif

1. Tanggung Jawab Hukum dalam Islam

Islam menetapkan bahwa setiap individu bertanggung jawab terkait perbuatannya saat di dunia maupun di akhirat. Prinsip ini didasarkan pada konsep keadilan dan moralitas yang tinggi.

Prinsip-Prinsip Pertanggungjawaban Hukum dalam Perspektif Islam:

a. Tanggung Jawab Pribadi

Setiap orang bertanggung jawab atas perbuatannya sendiri, sebagaimana ditegaskan dalam QS. Al-Isra' ayat 13:

وَكُلُّ إِنْسَانٍ لَّزِمْنَهُ طَبَرُهُ فِي عُنُقِهِ وَنُخْرُجُ لَهُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ كِتَابًا يَلْقَاهُ مَنْشُورًا

“Setiap manusia memikul amal perbuatannya sendiri, yang akan terungkap dalam kitab pada hari kiamat” (QS. Al-Isra': 13).

b. Hukum Berbasis Syariat

Dalam Islam, segala aturan berasal dari Al-Qur'an, Hadis, Ijma', dan Qiyas dengan tujuan menciptakan kesejahteraan umat.

c. Sanksi di Dunia dan Akhirat

Hukuman dalam Islam bukan saja berlaku di dunia tetapi juga berimplikasi di akhirat, sebagaimana dalam QS. Az-Zalzalah ayat 7-8:

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ

"Setiap orang yang berbuat kebaikan, meskipun sangat kecil, akan melihat hasilnya. Begitu pula, siapa pun yang berbuat keburukan, sekecil apa pun, akan melihat akibatnya." (QS. Az-Zalzalah: 7-8)

d. Keadilan dan Proporsionalitas

Islam mengajarkan bahwa hukuman harus adil dan sesuai dengan kesalahan yang diperbuat, sebagaimana hadis Rasulullah SAW:

إِنَّمَا أَهْلَكَ الَّذِينَ قَبْلَكُمْ أَنَّهُمْ كَانُوا إِذَا سَرَقَ فِيهِمُ الشَّرِيفُ تَرَكُوهُ، وَإِذَا سَرَقَ فِيهِمُ الضَّعِيفُ أَقَامُوا عَلَيْهِ الْحَدَّ

“Umat sebelum kalian hancur karena mereka membiarkan orang terhormat yang mencuri, tetapi menghukum orang lemah yang melakukan hal sama." (HR. Bukhari & Muslim)

2. Tanggung Jawab dalam Hukum Positif

Dalam konteks hukum, tanggung jawab mengacu pada kewajiban individu atau entitas untuk mempertanggungjawabkan tindakan mereka, baik dalam bentuk tindakan positif atau kelalaian yang menyebabkan kerugian atau pelanggaran terhadap hukum yang berlaku. Definisi ini menekankan bahwa setiap individu atau badan hukum harus memikul konsekuensi hukum dari perbuatan yang mereka lakukan, terutama jika perbuatan tersebut bertentangan dengan norma atau aturan yang berlaku.

Hans Kelsen, seorang ahli hukum terkenal, Dalam pandangannya mengenai tanggung jawab hukum, ia menyatakan bahwa individu harus menanggung akibat dari tindakan tertentu yang melanggar hukum, dan akibatnya, mereka harus menerima sanksi yang ditetapkan oleh sistem

hukum. Ini berarti bahwa subjek hukum (baik secara individu maupun badan hukum) saat melakukan tindakan yang melanggar hukum tidak hanya menghadapi sanksi yang ditujukan untuk menghukum, tetapi juga harus memperbaiki atau mengompensasi kerugian yang ditimbulkan akibat perbuatan tersebut.

Dalam hukum perdata, pertanggungjawaban dibagi menjadi 2 jenis, yakni pertanggungjawaban atas dasar kesalahan dan pertanggungjawaban tanpa kesalahan. Pertanggungjawaban atas dasar kesalahan mengharuskan seseorang bertanggung jawab atas perbuatannya yang salah atau kelalaiannya yang menyebabkan kerugian bagi pihak lain. Sebaliknya, pertanggungjawaban tanpa kesalahan atau tanggung jawab risiko menyatakan bahwa produsen atau Pelaku usaha memiliki tanggung jawab terkait seluruh kerugian yang akibat kegiatan atau produk yang mereka hasilkan, meskipun tidak ada kesalahan atau kelalaian yang dapat dibuktikan. Dalam hal ini, konsumen tidak perlu membuktikan kesalahan, dan produsen dianggap bertanggung jawab secara langsung atas risiko yang ditimbulkan oleh usaha atau produk yang mereka tawarkan.

Adapun tiga prinsip dari tanggung jawab, yaitu :

- Prinsip Tanggung Jawab Berdasarkan Kelalaian atau Kesalahan
- Berdasarkan kelalaian atau kesalahan, tanggung jawab merupakan prinsip subjektif, artinya tanggung jawab ini ditentukan oleh perilaku dari produsen. Dalam hal ini, kelalaian yang mengakibatkan kerugian bagi konsumen, hal ini menjadi faktor krusial dalam

menentukan hak untuk mengajukan tuntutan ganti rugi. Gugatan terhadap produsen dapat diajukan jika memenuhi syarat tertentu, seperti adanya tindakan yang tidak hati-hati, pembuktian kelalaian produsen dalam menjalankan kewajibannya, serta keterkaitan kausal antara tindakan kelalaian dan kerugian nyata yang diderita konsumen.

- Prinsip Tanggung Jawab Berdasarkan Wanprestasi

Prinsip ini mengacu pada tanggung jawab produsen yang muncul akibat wanprestasi, yaitu ketidakmampuan produsen dalam memenuhi kewajiban yang disetujui, baik dalam bentuk tertulis maupun lisan. Meskipun produsen telah berusaha memenuhi kewajibannya, apabila produk yang dijual memiliki cacat dan menyebabkan kerugian bagi konsumen, produsen tetap berkewajiban memberikan kompensasi. Prinsip ini memberikan keuntungan bagi konsumen karena tidak mengharuskan mereka untuk membuktikan adanya kelalaian atau kesalahan dari pihak produsen.

- Prinsip Tanggung Jawab Mutlak

Tanggung jawab mutlak adalah prinsip yang tidak memerlukan pembuktian kesalahan atau kelalaian dari produsen. Jika suatu produk cacat dan merugikan konsumen, produsen secara otomatis bertanggung jawab tanpa beban pembuktian di pihak konsumen. Prinsip ini hadir sebagai respons terhadap kebutuhan perlindungan konsumen yang lebih kuat, meskipun dapat menimbulkan tantangan baru bagi produsen. Dibandingkan dengan prinsip yang berbasis

kelalaian atau wanprestasi, tanggung jawab mutlak lebih adaptif dalam melindungi kepentingan konsumen.³²

3. Pengertian Jual Beli

Dalam bahasa Arab, jual beli disebut al-bay', al-tijarah, atau al-mubadalah, yang berarti pertukaran barang. Al-bay' memiliki makna luas, mencakup aktivitas menjual dan membeli (syira). Dalam Al-Qur'an, jual beli digambarkan sebagai bagian dari perdagangan, di mana produsen menyediakan barang atau jasa, sementara konsumen memberikan imbalan.

Beberapa ulama yang mengutarakan pendapatnya terkait jual beli:

a. Menurut Ulama Hanafiyah

Pertukaran barang atau jasa dengan nilai sepadan melalui akad ijab dan qabul yang memberikan manfaat.

b. Menurut Ulama Hanabillah

Proses pertukaran harta dengan harta lain sebagai bentuk peralihan kepemilikan.

c. Menurut Ulama Syafiiyah

Perjanjian pertukaran harta untuk kepemilikan melalui mekanisme tertentu.

d. Menurut Ulama Malikiyah

Pertukaran barang berdasarkan adat atau kebiasaan yang berlaku.³³

Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) Bab 1 Pasal

³² Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 83-96.

³³ Andri Soemitra. *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muammalah*. (Jakarta Timur, Prenadamedia Group: 2019), hlm. 63-64.

20 ayat (2), bay' didefinisikan sebagai pertukaran barang dengan barang atau barang dengan uang, yang menegaskan perpindahan hak secara sah menurut syariat. Sementara itu, Fatwa DSN MUI No. 110/DSN-MUI/IX/2017 mendefinisikan akad jual beli sebagai kesepakatan antara penjual (al-bay') dan pembeli (al-musyteri) yang menyebabkan perpindahan kepemilikan atas barang (mabi'/mustman) atau harga (tsaman) sesuai dengan prinsip syariat Islam.³⁴

Menurut Wahbah Zuhaili dalam *Fiqh Islam Wa Adillatuhu* (Jilid 5), ulama Hanafiyah mendefinisikan jual beli sebagai pertukaran harta dengan harta melalui cara yang sah, baik melalui ijab dan qabul maupun mu'athah (transaksi tanpa pernyataan formal). Dalam pandangan ulama Hanafi, maal merujuk pada sesuatu yang diminati manusia dan dapat disimpan untuk masa depan, dengan nilai yang diakui oleh masyarakat. Namun, definisi ini dikritik oleh Prof. Ahmad Musthafa az-Zarqa, yang mendefinisikan maal sebagai segala sesuatu yang memiliki nilai ekonomi menurut pandangan umum. Perbedaan pendapat juga muncul terkait manfaat dan hak. Ulama Hanafi tidak menganggapnya sebagai maal, sedangkan mayoritas ahli fikih justru menganggap manfaat dan hak sebagai bagian dari harta bernilai, karena tujuan utama kepemilikan barang adalah memperoleh keuntungan dari manfaatnya.³⁵

Berdasarkan definisi tersebut, jual beli dapat disimpulkan sebagai aktivitas pertukaran, baik dalam bentuk barter maupun transaksi uang

³⁴ Fatwa DSN MUI No 110/DSN MUI/IX/2017 Tentang Jual Beli.

³⁵ Wahbah Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu 5*, (Jakarta: Gema Insani, 2011), hlm. 25-

dengan barang, yang berlandaskan asas kesepakatan dan kerelaan antara penjual dan pembeli. Transaksi ini berlangsung melalui proses ijab dan qabul, yang mencakup barang atau jasa yang dapat dimiliki dan dimanfaatkan, asalkan tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariat Islam. Sebagai konsekuensi dari transaksi tersebut, hak kepemilikan berpindah dari satu pihak ke pihak lain.³⁶

4. Dasar Hukum Jual Beli

a. Q.S Al-Baqarah (2) ayat 275

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya : “dan Allah membolehkan jual beli tetapi melarang riba..³⁷”

b. Q.S An-Nisa (4) ayat 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ

Artinya : “Hai orang-orang beriman! Janganlah mengambil harta sesama dengan cara yang tidak benar, kecuali melalui perdagangan yang dilakukan secara sukarela di antara kalian..³⁸”

c. Q.S Al-Maidah (5) ayat 1

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman! Tepatilah segala akad yang telah dibuat..³⁹”

d. Hadits Nabi Muhammad SAW

أَيُّ الْكَسْبِ : سَأَلَ النَّبِيَّ ﷺ : عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، قَالَ
عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ، وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ " : أَطْيَبُ؟ قَالَ

³⁶ Andri Soemitra. Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muammalah, hlm. 64.

³⁷ Tim Penerjemah, Al-Qur'an dan Terjemahannya, (Bandung: PT. Cordoba Internasional Indonesia, 2017), QS Al-Baqarah (2) ayat 275.

³⁸ Tim Penerjemah, Al-Qur'an dan Terjemahannya, QS An-Nisa (4) ayat 29.

³⁹ Tim Penerjemah, Al-Qur'an dan Terjemahannya, QS Al-Maidah (5) ayat 1.

Artinya : “Dari Rif’ah bin Rafi’ r.a., Nabi SAW pernah ditanya, "Pekerjaan apa yang paling baik?" Beliau menjawab, "Usaha yang dilakukan dengan tangannya sendiri serta setiap jual beli yang jujur dan berkah." (HR. Al-Bazzar dan Shahih Al-Hakim)⁴⁰

5. Rukun dan Syarat Jual Beli

imam Nawawi dalam kitab Syarah al-Muhadzab menyebutkan bahwa terdapat tiga rukun utama dalam jual beli:

a. *Aqid* (Orang yang melakukan akad):

Para pihak yang bertransaksi dalam akad jual beli, yakni penjual dan pembeli, wajib memenuhi syarat kapasitas hukum yang berlaku (*ahliyah*) yang cukup, seperti berakal, baligh, dan memiliki kebebasan dalam bertindak untuk melakukan transaksi.

b. *Ma’qud Alaihi* (Barang yang diakadkan):

Objek jual beli, yaitu barang atau jasa, harus memenuhi syarat-syarat tertentu seperti barang tersebut halal, bermanfaat, dimiliki oleh penjual, dan dapat diserahkan kepada pembeli. Barang juga harus diketahui spesifikasinya oleh kedua belah pihak agar tidak terjadi gharar (ketidakjelasan).

c. *Shighat* (Ijab dan Qabul):

Ijab dan qabul adalah pernyataan yang menunjukkan adanya kesepakatan antara penjual dan pembeli dalam suatu transaksi. Ijab merujuk pada pernyataan penawaran dari penjual, sedangkan qabul adalah pernyataan penerimaan dari pembeli. Shighat ini berfungsi

⁴⁰ Al-Hafidz Ahmad Ali bin Hajar Al-Asqoilani, *Bulughul Maram min Adillati Al-Ahkam*, Kitab Jual Beli, Bab Jual Beli, Syarat dan Rukun, No 801.

sebagai bukti adanya kesepakatan dan kerelaan kedua belah pihak dalam menjalankan transaksi..

Mayoritas ulama fiqh sepakat bahwa jual beli memiliki empat rukun utama: penjual, pembeli, ijab-qabul, dan barang yang diperjualbelikan. Ulama Hanafi mendefinisikan ijab sebagai pernyataan pertama yang menyatakan kesediaan, baik dari penjual, seperti "bi'tu" (saya menjual), maupun dari pembeli, seperti "saya bersedia membeli dengan harga tersebut." Sementara qabul adalah pernyataan penerimaan yang diucapkan setelahnya.

Mayoritas ulama berpendapat bahwa ijab adalah pernyataan yang berasal dari pemilik barang, meskipun dapat disampaikan setelah qabul. Sementara itu, qabul merupakan pernyataan dari pihak yang akan memperoleh barang, meskipun dapat diucapkan terlebih dahulu. Yang menjadi landasan hukum dalam hal ini adalah urutan pernyataan yang menunjukkan adanya kesepakatan, di mana salah satu pihak terlebih dahulu menyatakan persetujuan, kemudian diikuti oleh pihak lainnya, baik dari penjual maupun pembeli.⁴¹

6. Macam – Macam Jual Beli dalam Islam

Jual beli dalam Islam diklasifikasikan berdasarkan hukum, objek transaksi, waktu serah terima, dan mekanisme penentuan harga :

a. Jual beli dilihat dari segi sifatnya :`

1) Jual beli sah (halal)

⁴¹ Wahbah Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu* 5, (Jakarta: Gema Insani, 2011), hlm. 28-29.

Transaksi sesuai syariat tanpa cacat akad, serta barang yang diperjualbelikan tidak memiliki keterikatan dengan hak orang lain.⁴²

2) Jual beli rusak (fasid)

Menurut mazhab Hanafiyah, jual beli fasid dapat diperbaiki jika ada unsur yang bertentangan dengan syariat, berbeda dengan jual beli batal.⁴³

3) Jual beli batal (haram)

Transaksi yang dilarang dalam Islam, misalnya :

- a) Perdagangan barang najis.
- b) Jual beli gharar (ketidakjelasan barang atau harga).
- c) Transaksi riba.⁴⁴

b. Tinjauan dari segi barang (Objek).

1) Tukar menukar uang dengan barang

Transaksi konvensional, seperti membeli barang dengan mata uang.

2) Tukar menukar barang dengan barang (Barter)

Disebut juga *ba'i al-Muqayyadah*, yaitu pertukaran barang tanpa uang.

3) Tukar menukar uang dengan uang (Jual beli *Sharf*)

Penukaran mata uang, misalnya rupiah ke riyal.

⁴² Siah Khosyi'ah, *Fiqh Muamalah Perbandingan* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2014), hlm, 52.

⁴³ Gemala Dewi, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2005), hlm. 108.

⁴⁴ Sa'adah Yuliana, dkk, *Transaksi Ekonomi Dan Bisnis Dalam Tinjauan Fiqh Muamalah*, (Yogyakarta: Idea Press, 2017), hlm. 50.

c. Tinjauan dari waktu serah terima

1) Jual beli tunai

Barang dan pembayaran dilakukan langsung saat akad.

2) Jual beli *salam*

Pembayaran di muka, sedangkan barang dikirim kemudian.

3) Jual beli tidak tunai

Barang diserahkan lebih dulu, pembayaran ditunda.

4) Jual beli utang dengan utang

Baik barang maupun pembayaran ditunda hingga waktu yang disepakati.⁴⁵

d. Jual beli berdasarkan nilai tukar

1) Jual beli dengan tawar-menawar

Harga dinegosiasikan antara penjual dan pembeli.

2) Jual beli *muzayadah* (lelang)

Barang dijual kepada penawar tertinggi.

3) Bai' Amanah

Penjual mengungkapkan harga awal barang, sehingga pembeli mengetahui keuntungan penjual.⁴⁶

B. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha dan Konsumen dalam Islam

Dalam Islam, aktivitas ekonomi tidak hanya berfokus pada profit, tetapi juga harus berlandaskan nilai moral dan etika sesuai syariat. Prinsip ini berlaku bagi kedua belah pihak, di mana baik pelaku usaha maupun

⁴⁵ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 109.

⁴⁶ Enang Hidayat, *Fiqh Jual Beli*, hlm. 48.

konsumen memiliki hak dan tanggung jawab yang harus dipenuhi dalam setiap transaksi.

1. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha dalam Islam

Pelaku usaha dalam Islam memiliki peran penting dalam menciptakan keseimbangan ekonomi yang adil dan beretika. Islam mengatur hak dan kewajiban mereka agar tidak terjadi eksploitasi dan kecurangan dalam perdagangan.

a. Hak Pelaku Usaha

i. Hak Untuk Mendapatkan Keuntungan yang Halal

Pelaku usaha berhak mendapatkan keuntungan dari usaha yang dijalankan selama tidak melanggar syariat Islam, seperti menghindari riba, gharar (ketidakjelasan), dan penipuan, sebagaimana disebutkan surat QS. Al-Baqarah ayat 275:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

"Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba..." (QS. Al-Baqarah: 275)

ii. Hak atas Perlindungan Usaha

Islam menjamin hak pelaku usaha untuk mendapatkan perlindungan dari tindakan kecurangan atau ketidakadilan dalam perdagangan.

b. Kewajiban Pelaku Usaha

i. Jujur dan Tidak Menipu

Kejujuran dalam perdagangan sangat ditekankan dalam Islam.

Nabi Muhammad SAW bersabda:

التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ وَالصِّدِّيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ

"Seorang pedagang yang jujur dan dapat dipercaya akan ditempatkan bersama para nabi, orang-orang shiddiq, dan para syuhada di akhirat." (HR. Tirmidzi)

ii. Menjalankan Akad Sah

Transaksi yang dilakukan harus berdasarkan akad yang valid dan terbebas dari unsur riba, ketidakpastian (gharar), serta praktik perjudian (maysir).

2. Hak dan Kewajiban Konsumen dalam Islam

a. Hak Konsumen

- i. Konsumen berhak mendapatkan barang atau jasa yang halal dan berkualitas sesuai dengan prinsip Islam, sebagaimana firman Allah dalam QS. Al-Baqarah ayat 168:

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

" Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal lagi baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya setan itu musuh yang nyata bagimu." (QS. Al-Baqarah: 168)

ii. Hak atas Informasi yang Jujur

Konsumen berhak memperoleh informasi yang jelas, akurat, dan transparan mengenai produk, termasuk komposisi, kualitas, manfaat, cara penggunaan, serta potensi risikonya. Hak ini

memastikan konsumen dapat membuat keputusan yang tepat dan terhindar dari kesalahan atau penipuan dalam transaksi.

b. Kewajiban Konsumen

i. Membayar dengan Jujur dan Tepat Waktu

Konsumen berkewajiban melakukan pembayaran atas barang atau jasa sesuai dengan kesepakatan. tanpa menunda-nunda, sebagaimana sabda Rasulullah SAW:

مُطَّلِ الْعَنِيَّ ظُلْمًا، وَإِذَا أُتْبِعَ أَحَدُكُمْ عَلَىٰ مَلِيٍّ فَلْيَتَّبِعْ

"Tundalah pembayaran kepada orang yang kesulitan, dan percepatlah pembayaran bagi orang yang mampu." (HR. Ibn Majah)

ii. Tidak Menipu atau Mmbuat Curang

Konsumen harus jujur dalam transaksi dan tidak melakukan penipuan, seperti berpura-pura tidak puas untuk mendapatkan harga lebih murah.

iii. Menggunakan Barang atau Jasa dengan Bijak

Islam mengajarkan untuk tidak boros dalam menggunakan barang dan jasa, sebagaimana firman Allah dalam QS. Al-Isra' ayat 26-27:

وَأَنْتَ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينِ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا إِنَّ الْمُبْذِرِينَ كَانُوا
إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

"Janganlah menghamburkan harta dengan boros, karena perilaku tersebut mendekatkan diri pada sifat setan yang ingkar

kepada Tuhannya.” (QS. Al-Isra': 26-27

C. Perlindungan Konsumen dalam Hukum Islam dan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

1. Pengertian Konsumen

Istilah "konsumen" telah dikenal luas dan diatur dalam regulasi perlindungan di banyak negara. Secara etimologis, kata ini berasal dari "consumer" (Inggris) atau "consument" (Belanda), yang merujuk pada individu yang menggunakan barang atau jasa untuk kebutuhannya. Dalam bahasa Indonesia, konsumen diartikan sebagai pemakai atau pengguna barang.⁴⁷

Menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999, perlindungan konsumen adalah upaya menjamin kepastian hukum untuk melindungi hak konsumen dan mencegah kerugian akibat praktik bisnis yang merugikan. Regulasi ini memberikan payung hukum bagi konsumen dalam transaksi barang dan jasa.⁴⁸

Perlindungan konsumen berperan penting dalam menciptakan ekosistem bisnis yang sehat dengan memastikan keseimbangan hukum antara konsumen dan produsen, sehingga konsumen tidak berada dalam posisi rentan. Tanpa perlindungan yang adil, konsumen dapat dirugikan akibat perjanjian yang tidak seimbang atau tindakan produsen yang melanggar hukum. Tidak semua kesepakatan berjalan mulus, karena konsumen sering kali menerima barang atau jasa yang tidak sesuai harapan,

⁴⁷ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hlm. 22.

⁴⁸ Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

mengakibatkan kerugian. Mengingat banyaknya konsumen yang mengalami kerugian, diperlukan peningkatan perlindungan untuk memastikan hak-hak mereka ditegakkan. Perlindungan konsumen dilakukan melalui peraturan perundang-undangan, dan penting untuk menyempurnakan regulasi yang sudah ada di bidang ini.

Menurut Friedman, agar hukum dapat berfungsi dengan efektif, terdapat Tiga persyaratan yang wajib dipenuhi, yaitu:

- Ketentuan tersebut harus dapat disampaikan kepada pihak yang menjadi subjek aturan. Artinya, setiap pihak yang terlibat dalam peraturan tersebut harus memahami dan mengetahui aturan yang berlaku.
- Subjek yang diatur harus memiliki kemampuan untuk menjalankan aturan tersebut. Pihak yang terikat oleh aturan harus memiliki kapasitas dan sumber daya yang diperlukan untuk mematuhi itu.
- Pihak yang diatur harus memiliki dorongan untuk mematuhi ketentuan tersebut. Tidak hanya kemampuan, tetapi juga kesediaan dan kemauan untuk mengikuti aturan menjadi faktor penting agar hukum dapat dijalankan dengan efektif.⁴⁹

Penggunaan barang atau jasa berdampak luas dalam kehidupan konsumen. Oleh sebab itu, upaya perlindungan konsumen perlu mencakup semua aspek untuk mencegah kerugian. Kerugian tidak hanya dilihat dari segi jasmaniah, tetapi juga mencakup aspek ruhaniyah. Adapun bentuk perlindungan konsumen dapat mencakup hal-hal berikut:

⁴⁹ Ahmadi Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), hlm. 1-5.

- Perlindungan konsumen mencakup upaya mencegah penggunaan produk atau layanan yang tidak sesuai dengan prinsip syariah sehingga dikategorikan sebagai haram. Tidak semua produk dapat dikategorikan halal, sehingga diperlukan perlindungan hukum untuk membimbing konsumen dalam memilih produk yang sesuai dengan syariah serta mencegah konsumsi barang atau jasa yang tidak halal.
- Perlindungan konsumen bertujuan untuk mencegah penyerahan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan ketentuan dalam akad perjanjian. Produsen kerap Menentukan ketentuan perjanjian secara unilateral demi keuntungan, tanpa memberi konsumen pilihan. Akibatnya, konsumen hanya bisa menyetujui atau menolak, yang berisiko merugikan hak mereka.

Islam melindungi konsumen dengan menekankan prinsip kejujuran, keadilan, dan larangan merugikan orang lain. Hal ini ditegaskan dalam QS. Al-Mutaffifin ayat 1-3, yang mengancam praktik curang dalam timbangan dan takaran :

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ۚ إِذَا كَتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ۖ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ۝

Artinya : "Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, tetapi apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi." (QS. Al-Mutaffifin: 1-3)

Hukum Islam menekankan keadilan dan kejujuran dalam transaksi ekonomi, termasuk perlindungan konsumen. Prinsip dasar perlindungan konsumen dalam Islam mencakup:

- Prinsip Kejujuran (Shiddiq)

Islam menekankan kejujuran dalam perdagangan. Rasulullah SAW bersabda: "Pedagang yang jujur dan terpercaya akan bersama para nabi, orang-orang yang benar, dan para syuhada di hari kiamat." (HR. Tirmidzi). Oleh karena itu, produsen atau penjual wajib memberikan informasi yang jelas dan tidak menyesatkan tentang produk yang dijual..

- Prinsip Larangan Gharar (Ketidakpastian dan Penipuan)

Islam melarang praktik perdagangan yang mengandung unsur gharar (ketidakpastian) atau penipuan. Rasulullah SAW bersabda: "Nabi Muhammad SAW melarang transaksi jual beli yang mengandung unsur gharar." (HR. Muslim). Oleh karena itu, produsen tidak boleh menjual barang cacat tanpa memberitahu konsumen atau memberikan informasi yang menyesatkan..

- Prinsip Larangan Riba dan Praktik yang Merugikan Konsumen

Islam juga melarang praktik riba dan segala bentuk transaksi yang merugikan salah satu pihak, termasuk konsumen. Ini bertujuan untuk menciptakan keseimbangan dalam transaksi ekonomi dan melindungi hak-hak konsumen.

- Prinsip Hisbah (Pengawasan Pasar)

Dalam Islam, terdapat lembaga hisbah yang bertugas mengawasi aktivitas perdagangan agar tetap sesuai dengan syariat. Hisbah berfungsi sebagai pengawas pasar yang memastikan tidak ada

praktik penipuan, kecurangan, atau eksploitasi terhadap konsumen.

2. Asas dan Tujuan

Dalam penegakan hukum perlindungan konsumen, diperlukan prinsip-prinsip dasar sebagai landasan utama. Prinsip-prinsip ini tercermin dalam peraturan perundang-undangan, mencakup manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, keselamatan konsumen, serta keterlibatan dalam proses hukum. Berikut adalah asas-asas perlindungan konsumen:

- Asas manfaat bertujuan untuk Menjamin perlindungan konsumen memberikan dampak positif bagi konsumen dan pelaku usaha.
- Asas keadilan bertujuan Mendorong partisipasi masyarakat serta memastikan hak dan kewajiban dipenuhi secara adil.
- Asas keseimbangan Menjaga hak dan kepentingan konsumen, pelaku usaha, serta pemerintah secara adil.
- Asas keamanan dan keselamatan konsumen Melindungi konsumen dari risiko penggunaan barang dan jasa.
- Asas kepastian hukum Menjamin kepatuhan terhadap peraturan dan perlindungan hukum yang tegas.

Tujuan diberlakukannya Undang-Undang Perlindungan Konsumen antara lain:

- Meningkatkan pemahaman dan kemandirian konsumen dalam menjaga hak-haknya.
- Melindungi hak dan martabat konsumen dari barang atau jasa yang merugikan.

- Meningkatkan peran konsumen dalam memilih dan menegakkan hak-haknya.
- Mewujudkan sistem perlindungan konsumen yang transparan dan memiliki kepastian hukum.
- Mendorong kesadaran pelaku usaha untuk berbisnis secara jujur dan bertanggung jawab.
- Meningkatkan kualitas barang dan jasa demi keberlanjutan usaha serta keamanan dan kenyamanan konsumen.⁵⁰

3. Komponen dalam Perlindungan Konsumen

Dalam regulasi perlindungan konsumen, beberapa pihak yang berperan antara lain:

a. Konsumen

Konsumen adalah individu, kelompok, atau badan hukum yang menggunakan barang atau jasa untuk keperluan non-komersial.

Konsumen terbagi menjadi:

- Konsumen antara: Menggunakan barang dalam proses produksi lebih lanjut.
- Konsumen akhir: Memanfaatkan barang atau jasa untuk kebutuhan pribadi.⁵¹

b. Pelaku Usaha

Pelaku usaha merujuk pada individu atau entitas bisnis yang

⁵⁰ Burhanuddin, S, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen & Sertifikasi Halal*, (Malang: UIN Maliki Press, 2011), hlm. 4-5.

⁵¹ Burhanuddin, S. *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen & Sertifikasi Halal*, (Malang: UIN Maliki Press, 2011), hlm. 7.

menjalankan aktivitas ekonomi, baik secara perseorangan maupun bersama-sama, yang berkedudukan di wilayah Indonesia. Setiap Pelaku usaha memiliki hak dan kewajiban seperti:

- Berkeyakinan baik dalam transaksi.
- Menyediakan informasi yang transparan dan akurat terkait barang atau jasa.
- Melayani konsumen dengan jujur.
- Menjamin kualitas barang atau jasa.
- Memberikan kompensasi atas kerugian yang dialami konsumen.⁵²

c. Barang dan Jasa

Dalam hukum perlindungan konsumen, barang atau jasa dalam perjanjian harus memenuhi syarat tertentu agar sesuai dengan prinsip syariah. Beberapa aspek yang perlu diperhatikan meliputi kehalalan, kejelasan spesifikasi, serta bebas dari unsur gharar, riba, dan penipuan

- Sesuai dengan Prinsip Syariah

Barang atau jasa yang diperdagangkan harus memenuhi ketentuan syariah.. Jika memenuhi ketentuan, objek perikatan akan memberikan manfaat bagi masyarakat. Namun, jika bertentangan, hal tersebut berpotensi menimbulkan kerugian atau kemudharatan.

- Kejelasan Objek

Objek yang diperdagangkan harus jelas sifatnya agar tidak menimbulkan keraguan. Prinsip fiqh menyatakan bahwa transaksi

⁵² Pasal 1 Ayat 3 Undang-Undang No.8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

dengan unsur *gharar* (ketidakjelasan) tidak sah. Contohnya, Rasulullah SAW melarang jual beli ikan di dalam air karena mengandung ketidakjelasan.

- Kepemilikan Sempurna terhadap Objek

Objek perikatan harus berada dalam kepemilikan sempurna oleh penjual. Kaidah fiqh menyatakan bahwa seseorang tidak boleh menggunakan atau mengelola harta orang lain tanpa izin pemiliknya. Dalam hal ini, jual beli yang melibatkan barang yang bukan milik sepenuhnya penjual harus mendapat izin dari pemiliknya.⁵³

Menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999, barang adalah benda yang dapat diperdagangkan dan digunakan konsumen, baik berwujud maupun tidak, sedangkan jasa adalah layanan yang dimanfaatkan oleh konsumen. Sebagai objek transaksi, barang dan jasa harus memenuhi ketentuan yang menjamin kejelasan, kepatuhan syariat, dan kepemilikan yang sah.⁵⁴

⁵³ Burhanuddin, S. *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen & Sertifikasi Halal*, (Malang: UIN Maliki Press, 2011), hlm. 13.

⁵⁴ Ayat 4 Pasal 1 Undang-undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk Law Field Research atau yuridis empiris, yaitu metode yang mengkaji penerapan hukum dalam praktik serta kondisi faktual di masyarakat. Pendekatan ini bertujuan mengungkap data relevan yang kemudian dianalisis untuk menyelesaikan masalah sesuai kebutuhan penelitian.

Penelitian ini berfokus pada kewajiban hukum pelaku usaha es kristal dalam perspektif hukum Islam dan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dengan studi kasus di Toko Samui Ice Purwokerto.

B. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan sosiologi hukum, yaitu metode mengkaji bagaimana masyarakat memengaruhi hukum serta sejauh mana hukum berperan dalam membentuk perilaku masyarakat. Pendekatan ini bertolak dari paradigma ilmu empiris yang menekankan pada data dan fenomena yang terjadi di masyarakat sebagai dasar dalam menganalisis hubungan antara hukum dan realitas sosial.⁵⁵

Penelitian ini menggunakan pendekatan perundang-undangan, yakni metode yang menganalisis regulasi terkait isu penelitian untuk mengidentifikasi potensi ketidaksesuaian atau konflik hukum. Pendekatan ini

⁵⁵ Johnny Ibrahim, *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*, (Malang: Bayumedia Publishing, 2013), hlm. 40.

digunakan untuk mendeskripsikan tanggung jawab hukum pelaku usaha es kristal berdasarkan hukum Islam dan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 (studi kasus di Toko Samui Ice Purwokerto). Penelitian ini bertujuan memberikan pemahaman mendalam tentang kewajiban pelaku usaha dalam produksi dan penjualan es kristal sesuai dengan aturan Islam dan regulasi perlindungan konsumen di Indonesia.

C. Lokasi Penelitian

Untuk memperoleh data yang relevan dengan fokus penelitian, diperlukan metode pengumpulan informasi yang tepat agar hasil penelitian mencerminkan kondisi sebenarnya. Oleh karena itu, penelitian dilakukan di Purwokerto, khususnya di Samui Ice Purwokerto. Adapun lokasi yang menjadi tujuan penelitian adalah:

- **Toko Samui Ice Purwokerto** – Berlokasi di Jl. Gelora Indah 2 No.11, Mangunjaya, Purwokerto Lor, Kecamatan Purwokerto Timur, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53114.

Lokasi ini dipilih karena berada di Purwokerto, sehingga memudahkan penulis dalam melakukan wawancara langsung mengenai tanggung jawab hukum pelaku usaha es kristal berdasarkan hukum Islam dan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Selain itu, Purwokerto dipilih karena lokasi ini merupakan pusat aktivitas bisnis Toko Samui Ice, yang menjadi fokus penelitian terkait aspek perlindungan konsumen dan praktik usaha produk es kristal yang diminati oleh masyarakat setempat.

D. Jenis dan Sumber Data

Data penelitian dibagi berdasarkan sumbernya. Data primer diperoleh langsung dari masyarakat atau observasi lapangan, sementara data sekunder berasal dari buku, jurnal, dokumen, dan referensi lainnya.⁵⁶

1. Data Primer

Data primer adalah informasi yang didapat langsung dari masyarakat melalui wawancara atau observasi. Data ini masih bersifat mentah dan memerlukan analisis lebih lanjut agar dapat diolah menjadi informasi yang relevan bagi penelitian. Karena diperoleh langsung dari responden, data ini bersifat murni dan mencerminkan kondisi nyata yang mereka alami tanpa manipulasi atau interpretasi pribadi. Oleh karena itu, data ini sering disebut sebagai data otentik. Ada pula data yang tidak sepenuhnya murni, di mana informasi yang diberikan telah dipengaruhi oleh sudut pandang atau pola pikir responden, sehingga penyampaiannya lebih bersifat diplomatis. Meski begitu, kedua jenis data primer ini tetap bernilai penting dalam penelitian, karena responden tetap dianggap sebagai sumber utama informasi.⁵⁷

Penelitian ini menggunakan data primer dari wawancara dengan pemilik Toko Samui Ice Purwokerto serta analisis Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sebagai bahan hukum utama.

2. Data Sekunder

⁵⁶ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia (UI-Press), 2007), hlm. 5.

⁵⁷ P. Joko Subagyo, *Metode penelitian Dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1999), hlm. 87.

Data sekunder diperoleh dari sumber kepustakaan seperti buku, jurnal, dan dokumen resmi. Data ini melengkapi data primer dengan referensi teori untuk memahami penerapannya. Oleh karena itu, data sekunder digunakan sebagai panduan untuk merefleksikan temuan lapangan ke dalam teori-teori yang relevan.⁵⁸

Sumber data sekunder tidak hanya mencakup teori-teori yang telah mapan dan dapat langsung digunakan, tetapi juga meliputi hasil-hasil penelitian yang masih memerlukan verifikasi lebih lanjut. Data sekunder diperoleh tanpa wawancara atau instrumen penelitian lainnya. Sumbernya mencakup rancangan undang-undang, hasil penelitian, karya ilmiah hukum, dan buku terbitan.⁵⁹

Dalam penelitian ini, data sekunder berfungsi sebagai pelengkap dan pendukung data primer, sehingga memberikan landasan teori yang kuat dan relevan terhadap analisis yang dilakukan.

3. Data Tersier

Data tersier adalah sumber yang memberikan panduan atau penjelasan tambahan terhadap bahan hukum primer dan sekunder, seperti ensiklopedia, kamus hukum, dan indeks bibliografi.. Data ini digunakan sebagai referensi pendukung untuk memperjelas, menginterpretasikan, atau membantu peneliti dalam memahami konsep-konsep yang terdapat dalam bahan hukum utama. Contoh data tersier mencakup kamus,

⁵⁸ P. Joko Subagyo, *Metode penelitian Dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1999), hlm. 88.

⁵⁹ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia (UI-Press), 2007), hlm. 52.

ensiklopedia, indeks, direktori, dan panduan terkait penelitian.⁶⁰

Dalam penelitian ini, data tersier berfungsi untuk melengkapi pemahaman peneliti terkait istilah-istilah atau konsep hukum yang mungkin membutuhkan klarifikasi, sehingga mendukung keakuratan analisis dan penyajian hasil penelitian.

E. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan langkah operasional dalam penelitian untuk memastikan prosesnya berjalan secara sistematis dalam menggali dan mengumpulkan data guna mendeskripsikan suatu peristiwa atau fenomena yang diteliti. Data sendiri merupakan representasi dari informasi yang dikumpulkan secara sengaja untuk mendukung analisis dan pemahaman terhadap objek penelitian. Selain itu, data berperan penting dalam menguji hipotesis penelitian. Untuk memastikan keandalan dan relevansinya, diperlukan validitas tinggi dalam proses pengumpulan data.⁶¹

Penelitian ini menggunakan beberapa metode pengumpulan data, yaitu wawancara, dokumentasi, studi kepustakaan, observasi, dan teknik purposive sampling. Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi langsung dari narasumber yang dianggap memiliki pengetahuan dan pengalaman relevan terhadap topik penelitian. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data sekunder dari arsip, laporan, atau dokumen yang terkait. Studi kepustakaan dilakukan dengan menelaah literatur-literatur terdahulu sebagai dasar teoritis

⁶⁰ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia (UI-Press), 2007), hlm. 52.

⁶¹ Daruhadi, G., & Sopiati, P. (2024). Pengumpulan data penelitian. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(5), 5423-5443.

dan referensi. Observasi digunakan untuk mengamati langsung situasi atau aktivitas yang berkaitan dengan objek penelitian di lapangan. Sementara itu, purposive sampling digunakan untuk menentukan informan atau subjek penelitian secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan kebutuhan dan fokus penelitian.

1. Wawancara

Wawancara adalah metode penelitian yang melibatkan komunikasi langsung antara peneliti dan responden untuk memperoleh data yang relevan. Hasil wawancara dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk pewawancara, responden, topik yang dibahas, serta situasi wawancara. Situasi ini mencakup elemen seperti waktu, tempat, kehadiran pihak ketiga, dan sikap masyarakat terhadap topik yang dibahas, yang semuanya dapat memengaruhi kelancaran serta kualitas informasi yang diperoleh.⁶²

Sementara itu, narasumber yang akan diwawancarai oleh peneliti adalah, antara lain:

- Yeni Setyaningsih (*Owner*) dari Toko Samui Ice Purwokerto
- Johan (Karyawan) dari Toko Samui Ice Purwokerto
- Zico (Karyawan) dari Toko Samui Ice Purwokerto

Wawancara dengan narasumber tersebut diharapkan dapat memberikan informasi yang relevan dan mendalam terkait topik penelitian.

2. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dari dokumen

⁶² Ronny Hanitijo Soemitra, *Metode penelitian Hukum dan Jurimetri*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1990), hlm. 57.

tertulis, arsip, atau rekaman relevan, seperti foto, rekaman wawancara, dan data institusi. Metode ini berfungsi sebagai pelengkap hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti, serta sebagai metode pendukung yang memperkuat data yang diperoleh melalui wawancara.⁶³ Dokumentasi membantu peneliti untuk memperoleh bukti tambahan yang lebih konkret dan dapat diverifikasi, sehingga meningkatkan validitas dan keakuratan hasil penelitian.

3. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah metode yang umum dalam penelitian hukum normatif. Dalam penelitian hukum empiris, metode ini dikombinasikan dengan wawancara, pengamatan, angket, observasi, atau survei. Bahan pustaka yang digunakan harus relevan dengan tujuan penelitian dan dapat berfungsi sebagai sumber data primer maupun data sekunder tergantung pada peranannya dalam mendukung analisis. Kedua jenis bahan pustaka tersebut memiliki karakteristik yang berbeda, dengan bahan primer biasanya berupa teks-teks hukum atau dokumen resmi, sementara bahan sekunder mencakup buku, jurnal, artikel, atau Studi kepustakaan juga mencakup hasil penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik yang diteliti.⁶⁴

F. Metode Pengolahan Data

Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya adalah pengolahan dan

⁶³ Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: UII Press, 2005), hlm. 34.

⁶⁴ Bambang Waluyo, *Penelitian Hukum Dalam Praktek*, (Jakarta: Sinar Grafika, 1991), hlm. 50.

analisis data. Proses ini bertujuan menyusun dan mengolah data agar dapat menjawab pertanyaan penelitian. Proses ini mencakup penyaringan, klasifikasi, serta interpretasi data untuk memperoleh kesimpulan yang relevan bertujuan untuk menyederhanakan informasi menjadi bentuk yang lebih mudah dipahami dan dibaca oleh berbagai pihak, termasuk masyarakat luas. Dengan demikian, analisis data tidak hanya menghasilkan temuan, tetapi juga menyajikan data secara terstruktur dan jelas untuk mendukung kesimpulan yang valid dan relevan.⁶⁵ Dalam analisis data kualitatif, informasi berbentuk uraian prosa dianalisis dengan menghubungkannya dengan data lain. Proses ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih jelas dan mendalam tentang kebenaran atau fenomena yang diteliti.⁶⁶

Berikut ini merupakan tahapan dalam pengolahan data:

1. Pemeriksaan Data (*Editing*)

Langkah pertama dalam pengolahan data adalah penyuntingan (*editing*), yakni memeriksa kuesioner yang diisi responden. Tujuannya adalah meminimalkan kesalahan, memastikan kelengkapan data, dan meningkatkan akurasi sebelum analisis. Jika ditemukan kekurangan, wawancara dapat diulang untuk memperoleh data yang lebih akurat dan lengkap.⁶⁷

2. Klasifikasi (*classifying*)

⁶⁵ Erwan Agus Purwanto dan Dyah Ratih Sulistyastuti, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Gava Media, 2017), hlm. 93.

⁶⁶ P. Joko Subagyo, *Metode penelitian Dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1999), hlm. 106.

⁶⁷ Erwan Agus Purwanto dan Dyah Ratih Sulistyastuti, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Gava Media, 2017), hlm. 97.

Setelah reduksi, tahap berikutnya adalah kategorisasi, yaitu mengelompokkan data berdasarkan kategori tertentu, seperti perilaku hukum masyarakat yang memengaruhi penerapan hukum. Proses ini bertujuan mengorganisasikan data agar analisis lebih mudah dan menghasilkan pemahaman yang lebih mendalam tentang fenomena yang diteliti.⁶⁸

3. Verifikasi (*verifying*)

Verifikasi adalah proses memberi makna pada data dan menganalisis keterkaitannya. Data dari berbagai sumber, seperti undang-undang dan referensi lainnya, diuji konsistensinya untuk memastikan validitas dan akurasi. Tujuan verifikasi adalah menyatukan data berbeda menjadi informasi yang koheren dan relevan, sehingga menghasilkan wawasan yang lebih komprehensif tentang topik yang diteliti.

4. Analisis (*analyzing*)

Analisis adalah proses pengolahan data berdasarkan peraturan perundang-undangan untuk memberikan interpretasi hukum yang tepat dalam menyelesaikan permasalahan penelitian. Data lapangan dianalisis dan dibandingkan dengan teori relevan dari undang-undang maupun sumber lainnya. Proses ini memungkinkan peneliti menghubungkan temuan lapangan dengan kerangka hukum yang ada, sehingga memperoleh pemahaman yang lebih mendalam terhadap masalah penelitian.

5. Kesimpulan (*concluding*)

⁶⁸ Erwan Agus Purwanto dan Dyah Ratih Sulistyastuti, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Gava Media, 2017), hlm. 97.

Kesimpulan adalah tahap akhir penelitian yang merangkum hasil analisis data dan ketentuan perundang-undangan untuk menjawab permasalahan penelitian. Tahap ini menyajikan temuan utama serta hasil akhir yang dapat memberikan pemahaman dan rekomendasi terhadap isu yang diteliti.⁶⁹



⁶⁹ Bahder Johan Nasution, *Metode Penelitian Ilmu Hukum*, (Bandung: Mandar Maju, 2008), hlm. 174.

BAB IV

ANALISIS TANGGUNG JAWAB HUKUM PELAKU USAHA PRODUK ES KRISTAL PERSPEKTIF HUKUM ISLAM DAN UNDANG - UNDANG NO.8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DI TOKO SAMUI ICE PURWOKERTO.

A. Gambaran Umum Samui Ice Purwokerto

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Purwokerto, Kabupaten Banyumas, dipilih karena kedekatan dengan penulis serta banyaknya pelaku usaha di bidang produksi dan distribusi es kristal. Faktor ini mempermudah penelitian yang relevan dengan tema yang diangkat.

Toko Samui Ice didirikan pada tahun 2020 dan telah banyak dipercaya oleh pengguna di seluruh Indonesia. Perusahaan ini memproduksi mesin es kristal (tube ice) serta ruang pendingin (cool storage) yang digunakan di berbagai sektor industri. Produk-produk yang dihasilkan dirancang untuk memenuhi kebutuhan usaha kuliner, restoran, kafe, perhotelan, UMKM, hingga industri perikanan. Dengan standar internasional yang diterapkan, setiap produk yang dipasarkan memiliki kualitas tinggi, higienis, dan ramah lingkungan. Selain itu, layanan purna jual yang andal juga menjadi salah satu keunggulan perusahaan ini, termasuk pengiriman dan instalasi ke seluruh wilayah Indonesia.

Toko Samui Ice Purwokerto merupakan salah satu cabang yang berfokus pada produksi dan distribusi es kristal di wilayah Purwokerto dan sekitarnya. Dengan kapasitas produksi yang terus berkembang, toko ini

menyediakan es kristal yang bersih, higienis, dan tahan lama untuk berbagai keperluan. Banyak pelanggan dari berbagai sektor, seperti pedagang kecil, warung makan, restoran, hingga industri perhotelan, mengandalkan produk dari Toko Samui Ice Purwokerto. Selain menyediakan produk berkualitas, toko ini juga menawarkan berbagai promo menarik, salah satunya adalah "Jumat Berkah," yang memberikan bonus es tambahan bagi pelanggan setia. Komitmen utama dari Toko Samui Ice Purwokerto adalah menjaga kepuasan pelanggan dengan menyediakan produk yang sesuai standar kesehatan dan kebutuhan pasar.

Toko Samui Ice Purwokerto berlokasi di Jl. Gelora Indah 2 No.11, Mangunjaya, Purwokerto Lor, Kecamatan Purwokerto Timur, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53114. Untuk pemesanan atau informasi lebih lanjut, pelanggan dapat menghubungi 0822-2609-1212. Toko ini beroperasi setiap hari dengan jam operasional Senin-Sabtu pukul 07.00–21.00, dan Minggu pukul 06.00–20.00.

Toko Samui Ice Purwokerto dalam konteks penelitian ini berperan sebagai distributor produk es kristal. Artinya, toko ini tidak hanya sekadar menjual produk kepada konsumen, melainkan juga bertanggung jawab dalam proses pendistribusian produk dari tempat produksi ke tangan pelanggan. Sebagai distributor, Toko Samui Ice memiliki tanggung jawab hukum dalam memastikan bahwa produk yang diterima konsumen berada dalam kondisi baik dan sesuai dengan kesepakatan. Hal ini meliputi pengelolaan pengiriman, perlindungan produk selama perjalanan, dan kejelasan informasi terkait

spesifikasi produk. Oleh karena itu, segala keluhan yang muncul terkait penyusutan es, keterlambatan pengiriman, maupun kesalahan jumlah barang merupakan bagian dari tanggung jawab distributor yang harus ditangani sesuai ketentuan hukum Islam dan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

B. Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha Produk Es Kristal dalam Menyelesaikan Problem Jual Beli di Samui Ice

Dalam transaksi jual beli, terdapat dua pihak utama: penyedia dan pengguna barang atau jasa. Dalam ekonomi, pihak yang menjual disebut pelaku usaha, sementara pembeli atau pengguna dikenal sebagai konsumen. Secara tidak langsung, setiap individu dalam kehidupan sehari-hari juga berperan sebagai konsumen.

Pelaku usaha dalam jual beli offline adalah pihak yang menjual atau mempromosikan barang dan/atau jasa secara langsung melalui toko fisik, pasar, gerai, atau metode tradisional lainnya tanpa perantara media elektronik. Dalam penelitian ini, pelaku usaha yang dimaksud adalah produsen yang memproduksi sendiri barang yang dijual. Sementara itu, konsumen adalah individu yang menggunakan atau memanfaatkan barang dan/atau jasa untuk kebutuhan pribadi, keluarga, atau rumah tangga tanpa tujuan menjualnya kembali. Dalam interaksi antara konsumen dan pelaku usaha, terjadi transfer hak milik atau penggunaan barang dan/atau jasa secara langsung.⁷⁰

⁷⁰ Anggraini, T, *Analisis Perbandingan Strategi Pemasaran Online dan Offline Pada Toko Alea Pasar Tradisional Modern (PTM) Kota Bengkulu Ditinjau Dari Ekonomi Islam*, (2017), hlm. 127.

Dalam penelitian ini, Toko Samui Ice Purwokerto diposisikan sebagai distributor produk es kristal yang berperan penting dalam menyalurkan barang dari produsen kepada konsumen akhir. Sebagai distributor, tanggung jawab hukum Toko Samui Ice tidak hanya terbatas pada aspek penjualan, tetapi juga mencakup proses distribusi seperti pengemasan, pengiriman, dan penanganan produk selama perjalanan menuju konsumen. Oleh karena itu, permasalahan seperti penyusutan es selama pengiriman, keterlambatan distribusi, serta kesalahan jumlah pesanan menjadi bagian dari tanggung jawab hukum yang melekat pada fungsi distribusi tersebut.

Dalam pemasaran, baik offline maupun online, produk atau layanan selalu mendapat penilaian dari konsumen. Terutama dalam jual beli offline, di mana konsumen cenderung mengandalkan rekomendasi dari mulut ke mulut serta pendekatan pemasaran yang digunakan oleh toko tersebut. Dalam pemasaran offline, reputasi toko sering kali dibangun melalui pengalaman langsung konsumen dan ulasan yang mereka sampaikan kepada orang lain. Evaluasi dari pelanggan sangat penting pelaku usaha perlu terus meningkatkan kualitas produk agar dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen. Namun, tidak semua pelaku usaha merespons keluhan atau kritik yang disampaikan oleh konsumen, terutama jika bersifat negatif.

Konsumen memiliki hak untuk menyampaikan keluhan mereka terkait produk atau layanan, baik secara langsung kepada pemilik usaha maupun melalui opini yang mereka sebarakan kepada calon pembeli lainnya. Oleh

karena itu, penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana pelaku usaha menanggapi keluhan yang disampaikan oleh konsumen, sebagai berikut :

Yeni Setyaningsih, selaku Owner dari Toko Samui Ice Purwokerto, menjelaskan bahwa keluhan pelanggan yang disampaikan melalui WhatsApp akan direspons jika ada yang menghubungi langsung. Namun, jika keluhan hanya beredar dari mulut ke mulut tanpa ada laporan yang jelas, pihaknya terkadang tidak mengetahuinya. Untuk memastikan kejelasan komplain, pelanggan biasanya diminta mengirim bukti melalui WhatsApp. Selain itu, jika ada pelanggan yang datang langsung ke toko dengan keluhan, pihak toko akan berusaha menyelesaikannya di tempat agar masalah tidak berlarut-larut.⁷¹

Zico, selaku admin toko, menegaskan bahwa setiap keluhan pelanggan selalu ditangani secara profesional. Baik yang disampaikan langsung di toko maupun melalui WhatsApp, pihaknya akan melayani dengan baik. Jika keluhan tergolong serius, owner akan turun tangan langsung untuk menyelesaikan permasalahan. Namun, jika keluhan dapat ditangani oleh admin atau karyawan, tugas akan dibagi sesuai dengan kebutuhan. Zico juga menekankan bahwa kepuasan pelanggan adalah prioritas utama, sehingga mereka berusaha memberikan pelayanan terbaik dalam setiap situasi.⁷²

Johan sebagai karyawan di Toko Samui Ice Purwokerto, menyampaikan bahwa jika ada pelanggan yang mengajukan komplain melalui WhatsApp,

⁷¹ Wawancara, Yeni owner dari Samui Ice, pada tanggal 12 Februari 2024, di Toko Samui Ice Purwokerto.

⁷² Wawancara, Zico Admin dari Samui Ice, pada tanggal 6 Februari 2024, di Toko Samui Ice Purwokerto.

biasanya admin yang akan menanggapi. Namun, jika ada pelanggan yang datang langsung ke toko, terutama saat kondisi sedang ramai, terkadang pelanggan diminta untuk menunggu sebentar sebelum dilayani. Jika permasalahan berkaitan dengan produk, pelanggan akan diminta datang langsung ke toko agar bisa dilakukan penggantian atau perbaikan jika memungkinkan. Namun, jika keluhan hanya berupa kritik tanpa solusi yang jelas, maka pihak toko tetap akan mendengarkannya sebagai bahan evaluasi untuk perbaikan layanan ke depannya.⁷³

Dari tanggapan tiga narasumber di atas, dapat disimpulkan Pelaku usaha tetap berupaya menanggapi dan menyelesaikan setiap keluhan yang diterima dengan penuh tanggung jawab, melalui WhatsApp. Mereka berusaha memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan dengan menanggapi keluhan yang masuk, terutama jika disampaikan secara langsung atau melalui chat pribadi.

Secara umum, tanggung jawab produk adalah konsep hukum yang melindungi konsumen dari kerugian akibat barang dan/atau jasa yang cacat atau tidak sesuai standar. Banyak produsen atau penjual mengasuransikan barang dagangannya untuk mengantisipasi risiko cacat produk atau kerugian konsumen. Produk sendiri merupakan barang berwujud yang dapat dilihat, disentuh, serta berupa benda bergerak maupun tidak bergerak. Dengan demikian, product liability atau tanggung jawab produk mengacu pada kewajiban hukum yang harus dipenuhi oleh produsen, distributor, atau

⁷³ Wawancara, Johan Karyawan dari Samui Ice, pada tanggal 6 Februari 2024, di Toko Samui Ice Purwokerto.

penjual atas produk yang mereka hasilkan, jual, atau distribusikan apabila produk tersebut menyebabkan kerugian bagi konsumen.⁷⁴

Untuk memahami bentuk tanggung jawab pelaku usaha, penulis telah melakukan wawancara mendalam dengan berbagai pihak yang terlibat langsung dalam permasalahan yang diteliti, agar memberikan perspektif langsung mengenai bagaimana pelaku usaha merespons keluhan konsumen dan memenuhi kewajiban hukumnya. Berikut adalah hasil wawancara tersebut :

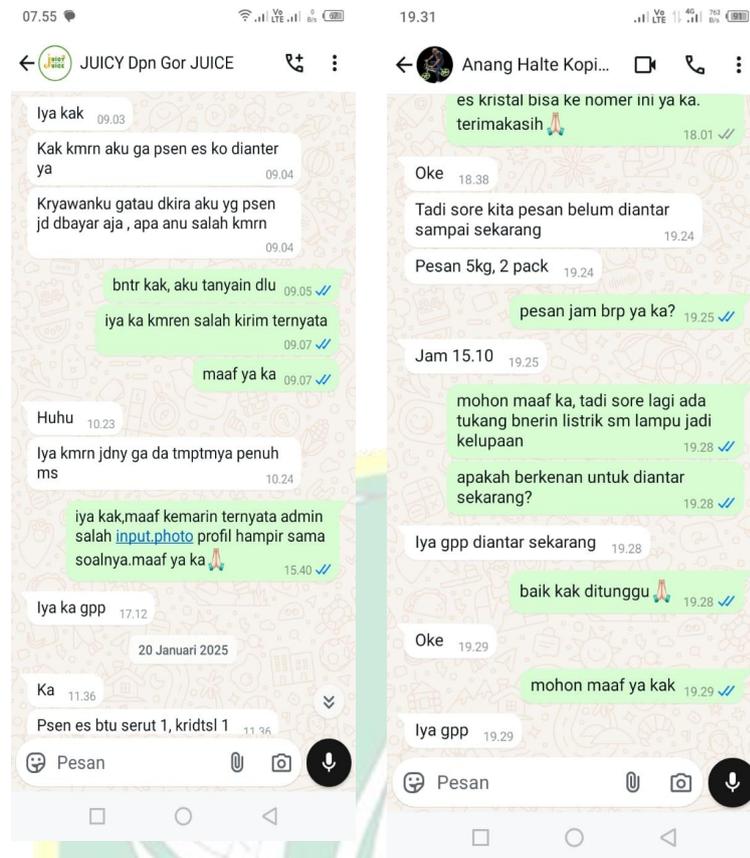
Yeni Setyaningsih, selaku Owner dari Toko Samui Ice Purwokerto, menegaskan bahwa setiap produk yang mengalami kerusakan akan diganti dengan produk baru atau dilakukan refund pembayaran sesuai dengan kebijakan toko. Ia juga menyampaikan bahwa setiap keluhan pelanggan akan dicatat dan dijadikan bahan evaluasi agar kesalahan yang sama tidak terulang di masa mendatang. Dengan langkah ini, toko berkomitmen untuk terus meningkatkan kualitas layanan dan produk yang ditawarkan.

Sementara itu, Johan, yang merupakan karyawan di Toko Samui Ice Purwokerto, menjelaskan bahwa dirinya selalu mengonfirmasi dan menerima setiap keluhan pelanggan dengan baik. Ia juga meminta maaf atas ketidaknyamanan yang terjadi serta berusaha menyelesaikan permasalahan dengan cara yang profesional. Menurutnya, menjaga komunikasi yang baik dengan pelanggan merupakan hal penting agar kepercayaan pelanggan terhadap toko tetap terjaga.

⁷⁴ Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Bandung: Nusa Media, 2008), hlm. 49-51.

Di sisi lain, Zico, selaku admin toko, menyatakan bahwa pihaknya sangat mengapresiasi setiap masukan dari pelanggan dan dengan senang hati menerima setiap keluhan yang disampaikan. Ia juga menyampaikan permohonan maaf atas ketidaknyamanan yang terjadi dan memastikan bahwa pihak toko akan segera mencari solusi terbaik. Jika ditemukan kesalahan dari pihak toko, maka penggantian produk atau refund akan dilakukan sesuai dengan kebijakan yang telah ditetapkan. Zico juga menegaskan bahwa pihak administrasi akan memastikan komunikasi dengan pelanggan tetap berjalan dengan baik agar mereka mendapatkan pelayanan terbaik dari Toko Samui Ice Purwokerto.

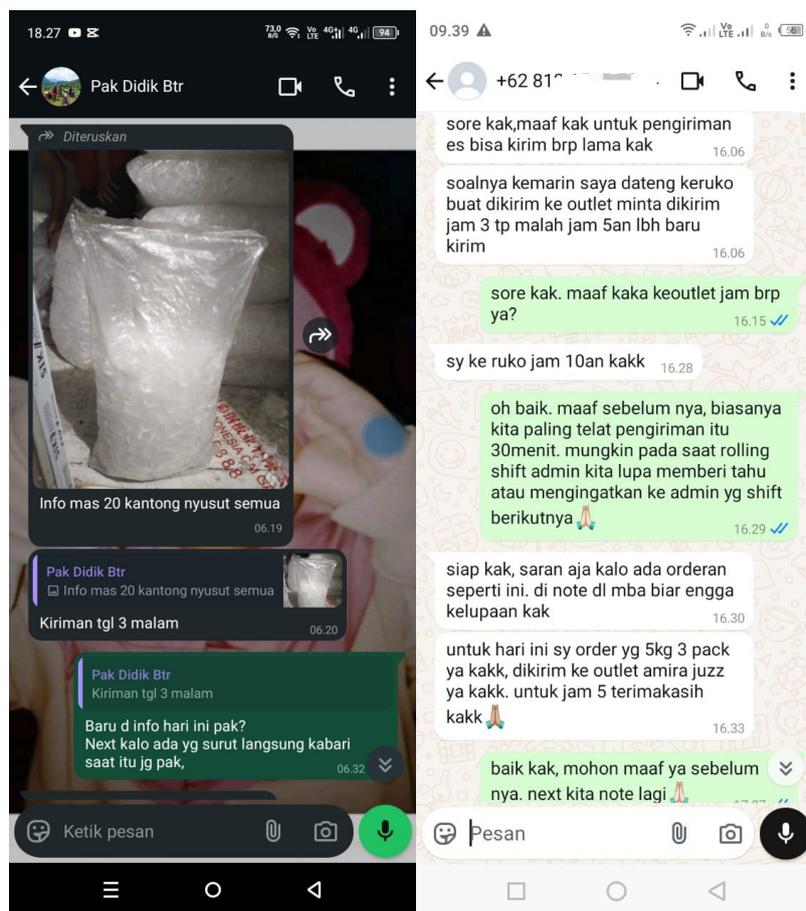
Berdasarkan hasil wawancara dengan tiga narasumber, tanggung jawab pelaku usaha dalam jual beli es kristal di toko samui ice purwokerto ditunjukkan melalui pengembalian barang dengan sistem bebas biaya tambahan atau pengembalian uang (*refund*) sesuai dengan kebijakan masing-masing toko. Konsumen yang mengalami kendala dapat mengajukan komplain melalui WhatsApp, dan pihak toko akan menanggapi dengan solusi terbaik, baik dalam bentuk penggantian barang baru maupun refund.



Gambar 4.1 Gambar Keluhan dan Penyelesaian 1



Gambar 4.2 Gambar Keluhan dan Penyelesaian 2



Gambar 4.3 Gambar Keluhan dan Penyelesaian 3

C. Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha Produk Es Kristal Dalam Menyelesaikan Problem Jual Beli Di Samui Ice Ditinjau Dari Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Toko Samui Ice Purwokerto merupakan pelaku usaha yang tidak hanya menjual produk es kristal, tetapi juga menjalankan fungsi sebagai distributor utama dalam proses penyaluran produk kepada konsumen. Sebagai distributor, peran Samui Ice tidak terbatas pada transaksi jual beli semata, melainkan mencakup tanggung jawab penuh terhadap pengemasan, penyimpanan, hingga pengiriman produk kepada pelanggan. Fungsi ini sangat menentukan

kualitas akhir produk yang diterima konsumen, karena proses distribusi menjadi tahapan yang krusial dalam menjaga mutu es kristal yang mudah mengalami penyusutan akibat suhu dan waktu pengiriman.

Dalam konteks hukum, posisi Toko Samui Ice sebagai distributor membawa konsekuensi tanggung jawab hukum yang lebih luas. Berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, distributor berkewajiban menjamin bahwa produk sampai ke tangan konsumen dalam keadaan sesuai dengan informasi yang telah disampaikan sebelumnya. Jika terjadi kerusakan, keterlambatan, atau ketidaksesuaian barang, pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi atau kompensasi. Hal ini juga sejalan dengan prinsip dalam Hukum Islam yang mewajibkan pelaku usaha bersikap jujur dan amanah dalam memenuhi hak-hak konsumen. Oleh karena itu, permasalahan yang timbul dalam praktik distribusi es kristal oleh Samui Ice, seperti keluhan atas produk mencair atau keterlambatan pengiriman, merupakan tanggung jawab yang harus diselesaikan sesuai dengan nilai hukum positif maupun nilai-nilai syariah.

1. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Menurut Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Perlindungan konsumen, sebagaimana diatur dalam Pasal 1 Ayat 1 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999, mencakup berbagai upaya untuk menjamin kepastian hukum dalam melindungi hak-hak konsumen.⁷⁵

Pelaku usaha menangani setiap keluhan pelanggan dengan serius dan lebih memilih menerima komplain atau permintaan penggantian melalui layanan pesan pribadi yang disediakan oleh toko. Langkah ini sejalan dengan Pasal 7 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang menetapkan berbagai kewajiban bagi pelaku usaha, yaitu:

⁷⁵ Pasal 1 ayat 1 Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

- a. Menjalankan usaha dengan niat baik dan tanggung jawab.
- b. Menyediakan informasi yang jelas, benar, dan lengkap mengenai spesifikasi, jaminan, serta panduan penggunaan, perawatan, dan perbaikan produk atau jasa.
- c. Memberikan pelayanan yang profesional, adil, dan tidak membedakan konsumen.
- d. Memastikan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan standar yang berlaku.
- e. Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk mencoba atau menguji produk serta menjamin ketersediaan garansi.
- f. Menyediakan ganti rugi, kompensasi, atau penggantian bagi konsumen yang mengalami kerugian akibat penggunaan barang atau jasa.
- g. Mengupayakan kompensasi atau penggantian apabila produk atau layanan yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau kesepakatan awal.⁷⁶

Langkah yang diambil oleh pelaku usaha dalam menangani ganti rugi dalam penelitian ini sesuai dengan ketentuan Pasal 19 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang mengatur bahwa:

- a. Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerugian yang dialami konsumen akibat penggunaan barang atau jasa yang

⁷⁶ Pasal 7 Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

diperdagangkan.

- b. Ganti rugi dapat berupa pengembalian uang, penggantian barang dengan produk sejenis atau setara nilainya, atau kompensasi lain sesuai ketentuan yang berlaku.
- c. Penggantian atau kompensasi harus dilakukan dalam jangka waktu maksimal tujuh hari sejak transaksi dilakukan.
- d. Pemberian ganti rugi tidak menghilangkan kemungkinan adanya tuntutan lebih lanjut jika ditemukan unsur kelalaian atau kesalahan dari pihak pelaku usaha.
- e. Jika pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan berasal dari konsumen, maka kewajiban ganti rugi tidak berlaku.⁷⁷

Tanggung jawab adalah elemen mendasar yang wajib dipenuhi oleh setiap pelaku usaha. Setiap individu memiliki kewajiban atas tindakan dan keputusan yang diambil, baik dalam bentuk ucapan maupun perbuatan. Dalam aktivitas jual beli, prinsip tanggung jawab menjadi elemen penting yang tidak dapat dipisahkan antara pelaku usaha dan konsumen. Pelaku usaha bertanggung jawab untuk memastikan keamanan dan kenyamanan dalam transaksi, sementara konsumen juga memiliki kewajiban setelah kesepakatan dibuat. Jika terjadi pelanggaran, pelaku usaha dapat dikenai sanksi perdata sesuai dengan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Sanksi tersebut diberikan berdasarkan tingkat kerugian yang dialami oleh konsumen.

⁷⁷ 6 Pasal 19 Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara dan ketentuan dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, serta mengacu pada praktik yang dilakukan oleh Toko Samui Ice Purwokerto, tanggung jawab pelaku usaha dapat dijelaskan sebagai berikut :

1) Tanggung Jawab Pelaku Usaha

a. Sebab

Tanggung jawab pelaku usaha dalam transaksi jual beli es kristal muncul karena adanya hubungan langsung antara penjual dan pembeli. Dalam praktiknya, terdapat dua alasan utama yang mendasari tanggung jawab tersebut, yaitu:

- Terjadinya keluhan dari konsumen terkait kualitas produk (misalnya produk rusak, mencair sebelum sampai tujuan, atau tidak sesuai ekspektasi).
- Tuntutan konsumen akan pelayanan yang baik dan produk yang sesuai dengan standar mutu.
- Kebutuhan untuk menjaga loyalitas dan kepercayaan konsumen sebagai bagian dari keberlangsungan usaha.

b. Risiko yang dihadapi

Jika pelaku usaha mengabaikan tanggung jawabnya, maka risiko yang dihadapi meliputi :

- Kehilangan pelanggan dan menurunnya pendapatan
- Tersebarnya informasi negatif melalui mulut ke mulut yang berdampak pada reputasi toko.

- Potensi terjadinya konflik atau komplain berulang yang berdampak pada operasional toko.
- Kemungkinan munculnya tuntutan hukum apabila kelalaian menyebabkan kerugian nyata bagi konsumen

2) Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha

Tanggung jawab hukum pelaku usaha berkaitan dengan prinsip product liability, yaitu kewajiban hukum untuk menjamin bahwa produk yang dijual tidak menimbulkan kerugian bagi konsumen. Dalam konteks Toko Samui Ice Purwokerto, bentuk tanggung jawab hukum yang diterapkan adalah sebagai berikut :

a. Refund

Toko Samui Ice memberikan fasilitas pengembalian dana (refund) kepada konsumen apabila produk yang diterima tidak sesuai atau mengalami kerusakan. Refund dilakukan melalui dua cara :

- Konsumen menyampaikan keluhan melalui WhatsApp disertai bukti yang jelas
- Konsumen datang langsung ke toko dan mengajukan permohonan refund di tempat
- Refund diberikan tanpa biaya tambahan sesuai dengan kebijakan toko

b. Batas Waktu

Meskipun tidak terdapat batas waktu tertulis dalam proses

pengajuan refund atau penggantian, toko menyarankan agar konsumen segera menyampaikan keluhan setelah menerima produk, guna mempercepat penyelesaian dan evaluasi.

c. Garansi

Toko tidak memberikan garansi dalam bentuk tertulis. Namun, terdapat jaminan informal bahwa produk yang rusak atau tidak sesuai akan diganti atau dibayar kembali. Jaminan ini bersifat fleksibel dan disesuaikan dengan kasus per kasus.

Jika ditinjau dari ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, masih terdapat beberapa hal yang belum sepenuhnya dilaksanakan oleh Toko Samui Ice Purwokerto dalam menjalankan kewajibannya sebagai pelaku usaha :

- 1) Belum Proaktif dalam Menerima dan Menanggapi Keluhan Konsumen (Pasal 7 huruf c dan f)

Toko Samui Ice baru menanggapi keluhan jika disampaikan secara langsung atau melalui WhatsApp. Jika keluhan hanya beredar dari mulut ke mulut, tidak dianggap atau tidak ditindaklanjuti. Padahal, pelaku usaha wajib memberikan pelayanan secara adil dan menyediakan sarana pengaduan yang lebih sistematis agar konsumen tidak merasa diabaikan

- 2) Kurangnya Informasi yang Transparan dan Komprehensif tentang Produk (Pasal 7 huruf b)

Tidak dijelaskan secara detail apakah Toko Samui Ice memberikan

informasi lengkap mengenai kualitas, spesifikasi teknis, cara penyimpanan es kristal, dan potensi penyusutan produk yang umum terjadi . Padahal pelaku usaha wajib menyampaikan informasi yang jelas, benar, dan jujur atas produk yang dijual.

- 3) Belum Menyediakan Sistem Uji Coba atau Jaminan Produk secara Formal (Pasal 7 huruf d dan e)

Tidak disebutkan bahwa toko memberikan kesempatan uji coba, jaminan tertulis, atau dokumen garansi kepada konsumen. Hal ini penting untuk memberi kepastian hukum bagi konsumen, terutama jika produk es tidak sesuai harapan.

- 4) Potensi Pelanggaran Tenggat Waktu Penggantian (Pasal 19 ayat 2)

Tidak ada kejelasan apakah ganti rugi dilakukan dalam waktu maksimal 7 hari sebagaimana diatur oleh Pasal 19 ayat 2. Jika tidak memenuhi tenggat waktu ini, maka pelaku usaha dapat dikategorikan lalai secara hukum

- 5) Sistem Evaluasi dan Pencatatan Komplain Tidak Terstruktur

Meskipun disebutkan bahwa keluhan dicatat sebagai bahan evaluasi, tidak dijelaskan adanya sistem dokumentasi atau SOP tertulis yang mengatur penerimaan hingga penyelesaian keluhan pelanggan.

2. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Menurut Hukum Islam

Industri es kristal semakin berkembang pesat, terutama di daerah yang memiliki tingkat konsumsi minuman dingin yang tinggi. Salah satu pelaku usaha di sektor ini adalah Toko Samui Ice, yang menawarkan es kristal berkualitas untuk berbagai keperluan, mulai dari kebutuhan rumah

tangga hingga industri kuliner. Es kristal menjadi pilihan utama karena lebih higienis, tahan lama, dan mudah digunakan dalam berbagai minuman. Dalam proses jual beli es kristal di Toko Samui Ice, terdapat dua pihak yang berperan, yakni pelaku usaha sebagai penjual dan konsumen sebagai pembeli. Masing-masing memiliki hak serta tanggung jawab yang harus dipenuhi dalam menjalankan transaksi. Islam mengajarkan bahwa dalam setiap jual beli harus ada unsur kejujuran, transparansi, serta tanggung jawab dari pihak penjual agar tidak merugikan konsumen. Oleh karena itu, Toko Samui Ice selalu memastikan bahwa es kristal yang dijual dalam kondisi bersih, diproduksi dengan standar kesehatan yang baik, dan dikirim sesuai pesanan pelanggan.

Seiring perkembangan teknologi, sistem pemesanan es kristal kini semakin mudah dengan adanya layanan pesan melalui WhatsApp atau media sosial. Kondisi ini memungkinkan konsumen untuk mendapatkan produk dengan lebih mudah tanpa perlu mengunjungi toko secara langsung. Namun, dalam praktiknya, jual beli tetap harus memenuhi prinsip dasar dalam Islam, yaitu adanya akad yang jelas, kejujuran dalam memberikan informasi terkait kualitas dan harga produk, serta tanggung jawab terhadap barang yang dijual. Jika terjadi keluhan seperti keterlambatan pengiriman atau ketidaksesuaian jumlah pesanan, Toko Samui Ice bertanggung jawab untuk memberikan solusi, baik melalui penggantian barang atau pengembalian dana sesuai kesepakatan. Dengan

menjalankan transaksi sesuai dengan prinsip Islam, Toko Samui Ice berusaha menjaga amanah dan memberikan pelayanan terbaik kepada konsumennya. Hal ini sejalan dengan ajaran Islam yang menekankan keadilan dan keberkahan dalam setiap aktivitas perdagangan.

Dalam jual beli es kristal, objek transaksi yang diperjual belikan harus jelas dan memenuhi standar syariah, seperti yang telah diajarkan dalam Islam. Rasulullah SAW menekankan bahwa bisnis jika dilakukan dengan cara yang benar, hal tersebut akan mendatangkan keberkahan, Sebagaimana disebutkan dalam sebuah hadis, bahwa "sembilan dari sepuluh sumber rezeki berasal dari perdagangan," yang menegaskan besarnya peluang keberkahan dalam aktivitas jual beli." ⁷⁸ Oleh karena itu, dalam menjalankan bisnis, Toko Samui Ice berusaha untuk menerapkan prinsip-prinsip Islam, seperti kejujuran dalam memberikan informasi mengenai produk, tanggung jawab terhadap pesanan pelanggan, dan memberikan solusi apabila terjadi keluhan atau perselisihan dengan konsumen.

Sejalan dengan prinsip tanggung jawab dalam Islam, Toko Samui Ice memastikan bahwa setiap komplain yang diterima, baik melalui WhatsApp maupun secara langsung di toko, ditanggapi dengan baik. Jika terjadi ketidaksesuaian pesanan, keterlambatan pengiriman, atau masalah lainnya, pihak toko akan memberikan solusi dengan mengganti produk atau melakukan refund sesuai dengan kesepakatan yang berlaku. Ini

⁷⁸ Sudaryono et al., E-Commerce Dorong Perekonomian Indonesia, Selama Pandemi Covid 19 Sebagai Entrepreneur Modern Dan Pengaruhnya Terhadap Bisnis Offline. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(02) 2020, hlm. 119.

menegaskan bahwa dalam Islam, tanggung jawab pelaku usaha tidak hanya terbatas pada menjual produk, tetapi juga mencakup menjaga kepuasan serta membangun kepercayaan konsumen.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, pelaku usaha menunjukkan komitmen untuk menanggapi setiap keluhan yang diajukan oleh konsumen. Mereka berupaya memberikan solusi cepat dan adil dengan menerima komplain serta permintaan ganti rugi melalui saluran komunikasi yang tersedia, guna memastikan kenyamanan konsumen dan kepatuhan terhadap ketentuan yang berlaku. Dalam transaksi jual beli es kristal, es menyusut dan keterlambatan dalam pengiriman. Oleh karena itu, pelaku usaha selalu berusaha memberikan yang terbaik kepada konsumen. Apabila terjadi keluhan dari konsumen terkait ketidaksesuaian produk, penjual tetap berkomitmen untuk memberikan solusi terbaik, seperti pengembalian barang atau kompensasi lainnya sesuai dengan kesepakatan bersama. Prinsip ini sejalan dengan Fatwa DSN MUI No. 43/DSN-MUI/VIII/2004 tentang *Ta'widh* (Ganti Rugi), yang menetapkan bahwa:

- a. *Ta'widh* Ganti rugi hanya dibebankan kepada pihak yang dengan sengaja atau karena kelalaian melanggar perjanjian, sehingga merugikan pihak lain.
- b. *Ta'widh* hanya dapat diberikan untuk kerugian nyata yang dapat dihitung secara kuantitatif dan memiliki bukti jelas.
- c. Kerugian yang dimaksud mencakup biaya riil yang dikeluarkan

- untuk memperoleh hak yang semestinya diterima.
- d. Besarnya ganti rugi harus sepadan dengan kerugian yang benar-benar terjadi (fixed cost), bukan sekadar potensi kehilangan peluang (opportunity loss).
 - e. Penerapan *ta'widh* berlaku dalam akad yang melibatkan utang piutang, seperti salam, *istishna'*, *murabahah*, dan *ijarah*.
 - f. Dalam akad mudharabah dan musyarakah, *ta'widh* dapat dikenakan jika bagian keuntungan yang telah disepakati tidak dibayarkan sebagaimana mestinya.⁷⁹

Di dalam surat Al-Baqaroh ayat 194 yang berbunyi

فَمَنْ اعْتَدَىٰ عَلَيْكُمْ فَاعْتَدُوا عَلَيْهِ بِمِثْلِ مَا اعْتَدَىٰ عَلَيْكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ مَعَ الْمُتَّقِينَ

Artinya: "...Jika seseorang berbuat zalim kepadamu dan menyebabkan kerugian, maka kamu boleh membalas dengan adil, setimpal dengan apa yang telah dia lakukan. Namun, tetaplah bertakwa kepada Allah, karena Dia selalu bersama orang-orang yang bertakwa."⁸⁰

Ayat tersebut mengajarkan bahwa setiap Muslim yang merugikan orang lain berkewajiban memberikan ganti rugi secara adil dan sebanding dengan dampak yang ditimbulkan. Prinsip ini menekankan pentingnya tanggung jawab dalam setiap tindakan serta keharusan menjaga keadilan dalam menyelesaikan permasalahan yang terjadi.

⁷⁹ Fatwa DSN MUI No 43/DSN-MUI/VIII/2004 Tentang Ganti Rugi (Ta'widh).

⁸⁰ Tim Penerjemah, Al-Qur'an dan Terjemahannya, (Bandung: PT. Cordoba Internasional Indonesia, 2017), QS. Al-Baqoroh ayat 194.

Dalam Islam, konsumen tidak boleh dirugikan akibat produk yang mengalami cacat atau tidak memenuhi spesifikasi yang telah dijanjikan. Sebagai konsekuensinya, pelaku usaha memiliki kewajiban untuk mengakui kesalahan dan memastikan hak konsumen tetap terjaga. Jika dikaitkan dengan konsep ganti rugi (*dhaman*), maka tanggung jawab tersebut dapat dikategorikan ke dalam lima jenis, yaitu:

- i. Ganti rugi akibat kerusakan barang atau merugikan pihak lain secara langsung (*dhaman itlaf*).
- ii. Ganti rugi yang timbul dari ketidaksesuaian atau pelanggaran dalam suatu transaksi (*dhaman 'aqdin*).
- iii. Ganti rugi yang disebabkan oleh penyalahgunaan atau pemanfaatan barang milik orang lain tanpa izin (*dhaman wadh'u yadin*).
- iv. Ganti rugi akibat tindakan yang menghalangi seseorang untuk mendapatkan haknya (*dhaman al-hailulah*).
- v. Ganti rugi akibat adanya penipuan atau tindakan curang dalam jual beli (*dhaman al-maghrur*).⁸¹

Jual beli yang dilakukan di toko Es Kristal Samui Ice juga memiliki kesamaan dengan konsep jual beli dalam Islam. Dalam transaksi ini, pelanggan dapat memesan es kristal dalam jumlah tertentu dengan spesifikasi yang telah ditentukan, seperti ukuran dan kualitas es. Pembeli melakukan pembayaran terlebih dahulu, sementara penjual menyiapkan dan menyerahkan barang sesuai waktu

⁸¹ Nur Halis, "Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen" Jurnal IUS, vol 03 No.9 (2015), hlm. 530-531.

yang telah disepakati. Mekanisme ini selaras dengan konsep jual beli salam, di mana barang diberikan setelah perjanjian dibuat.

Selain itu, transaksi jual beli di Toko Es Kristal Samui Ice juga sesuai dengan ketentuan dalam Fatwa Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 mengenai akad jual beli, khususnya pada poin kedua *“Dalam akad jual beli, kesepakatan harus dinyatakan dengan tegas dan jelas serta dapat dipahami oleh kedua belah pihak. Akad ini dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti lisan, tulisan, isyarat, atau tindakan, termasuk dalam bentuk transaksi elektronik, asalkan sesuai dengan prinsip syariah dan regulasi yang berlaku”*. Selain itu, harga dalam akad jual beli harus ditetapkan secara pasti sejak awal, baik melalui negosiasi, lelang, maupun tender. Dalam transaksi amanah seperti murabahah, penjual wajib mengungkapkan harga perolehan barang, sedangkan dalam jenis jual beli lainnya, hal ini tidak menjadi keharusan. Pembayaran dapat dilakukan secara tunai, ditangguhkan, atau dicicil, dengan ketentuan bahwa harga dalam transaksi non-tunai diperbolehkan berbeda dari harga tunai.⁸²

Fatwa ini menegaskan bahwa jual beli dalam sistem langsung tetap harus memenuhi prinsip syariah, termasuk kejelasan barang, harga, dan kesepakatan antara kedua belah pihak. Dalam operasionalnya, Toko Es Kristal Samui Ice berkomitmen untuk menjaga kepuasan pelanggan dengan menyediakan sistem pengaduan

⁸² Fatwa Nomor 110/DSN-MUI/IX/2017 Tentang Jual Beli.

bagi konsumen yang menerima produk tidak sesuai dengan spesifikasi yang telah disepakati. Jika terjadi ketidaksesuaian, penjual bersedia memberikan solusi dengan penggantian barang atau pengembalian dana sesuai kesepakatan. Dengan demikian, transaksi yang dilakukan tetap berlandaskan prinsip keadilan dan kemaslahatan dalam Islam, sebagaimana diatur dalam konsep jual beli (*bai'*).⁸³

Menurut Zufar dalam kitab *Fiqh Islam wa Adillatuhu* karya Prof. Wahbah Zuhaili, berdasarkan dalil qiyas, pengembalian modal setelah pembatalan akad jual beli diperbolehkan, baik dalam bentuk uang maupun barang. Setelah akad dibatalkan (*iqalah*), modal berubah menjadi utang yang wajib dikembalikan oleh penjual, sebagaimana utang lain yang dapat diganti dengan bentuk sejenisnya.⁸⁴

Dalam transaksi jual beli, penting untuk menjunjung tinggi prinsip keadilan dan menghindari tindakan yang dapat merugikan salah satu pihak. Jika suatu produk terbukti cacat, konsumen berhak mendapatkan perlindungan dan kompensasi yang adil. Pelaku usaha pun bertanggung jawab atas dampak yang ditimbulkan dari produk yang tidak memenuhi standar. Dalam Islam, konsumen memiliki hak *khiyar*, yaitu kebebasan untuk memilih antara melanjutkan atau membatalkan transaksi jika ditemukan kecacatan pada barang yang dibeli. *Khiyar* memberikan pilihan kepada pihak yang terlibat dalam

⁸³ Septiningsih, D., & Yahya, I, *Tinjauan Fatwa Dsn Mui No. 110/Dsn-Mui/Ix/2017 Tentang Akad Jual Beli Terhadap Praktik Pembayaran Paylater (Studi Kasus Di Aplikasi Shopee)*, (2020), hlm. 70.

⁸⁴ Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu jilid 5*, (Jakarta: Gema Insani, 2011), hlm. 257- 258.

akad untuk meneruskan atau membatalkan transaksi, terutama dalam kasus *khiyar syarat*, *khiyar ru'yat*, dan *khiyar aib* yang berkaitan dengan syarat, penglihatan, serta kecacatan barang. Perlindungan konsumen juga mencakup hak atas produk yang sesuai dengan kesepakatan, baik dari segi kualitas, waktu pengiriman, maupun kondisi barang yang diterima. Jika terjadi keterlambatan, ketidaksesuaian, atau bahkan kegagalan dalam pengiriman, konsumen memiliki hak *khiyar bai'* untuk memastikan adanya persetujuan yang didasarkan pada kerelaan kedua belah pihak. Hal ini bertujuan agar transaksi yang dilakukan membawa manfaat bagi semua pihak serta menjaga hubungan saling percaya antara pihak penjual dan pembeli. Jika salah satu pihak mengalami kerugian akibat kelalaian atau ketidaksesuaian dalam transaksi, maka pihak yang menyebabkan kerugian tersebut harus bertanggung jawab.⁸⁵

Menurut pandangan ulama Syafi'iyah dan Malikiyah, adanya cacat yang dapat dijadikan dasar untuk menggunakan hak *khiyar* adalah segala sesuatu yang menyebabkan penurunan nilai barang atau hilangnya manfaat utama dari barang tersebut. Misalnya, pakaian yang terlalu sempit sehingga tidak dapat digunakan sebagaimana mestinya, kriteria meliputi :

- a. Cacat yang secara umum memengaruhi harga atau nilai barang sesuai dengan kebiasaan pasar.

⁸⁵ Ratu Humaemah, "Analisa Hukum Islam Terhadap Masalah Perlindungan Konsumen Yang Terjadi Atas Jual Beli E-Commerce" Jurnal Ekonomi Islam, Vol.6 No.01 2015, hlm. 63-64.

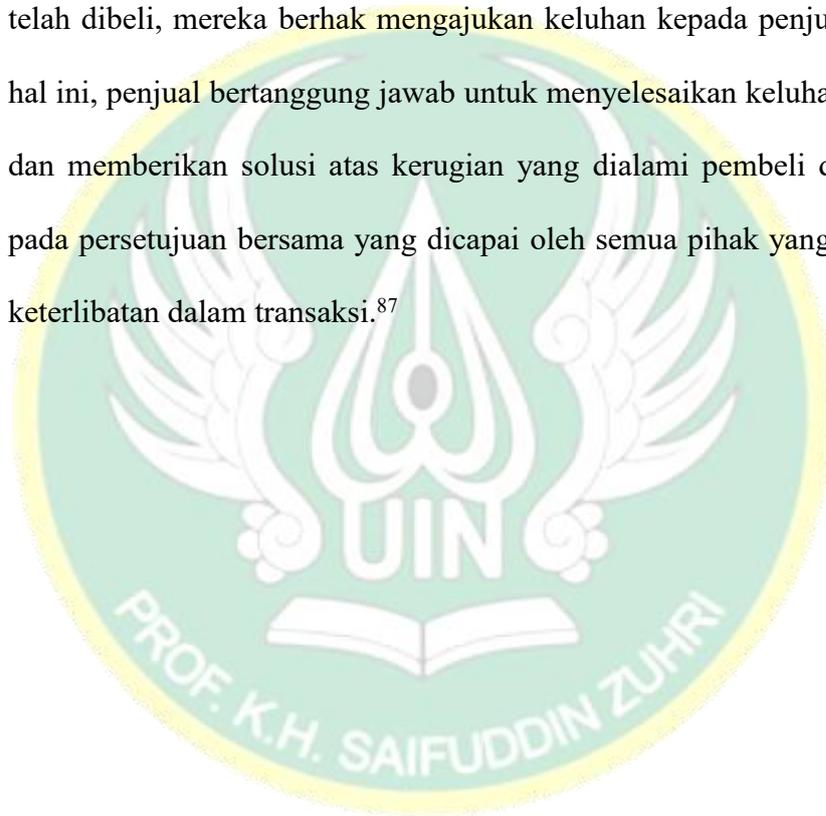
- b. Konsumen tidak menyadari adanya kecacatan pada produk, baik saat proses transaksi maupun setelah barang diterima.
- c. Cacat sudah ada sejak transaksi dilakukan atau muncul setelahnya tetapi sebelum barang diserahkan.
- d. Cacat tersebut sulit atau tidak dapat diperbaiki dengan mudah.
- e. Cacat masih ada saat pembeli memutuskan untuk membatalkan transaksi.

Konsekuensi dari penerapan hak *khiyar* adalah bahwa akad jual beli tidak langsung bersifat mengikat bagi pihak yang memiliki hak tersebut hingga ada keputusan akhir dari pembeli, apakah ia akan menerima barang tersebut atau membatalkan transaksi. Namun, terdapat beberapa kondisi yang dapat menghilangkan hak konsumen untuk mengembalikan barang dalam *khiyar aib*, antara lain :

- a. Pemilik hak *khiyar* menerima cacat pada barang dengan penuh kerelaan, yang dapat diungkapkan melalui perkataan atau tindakan.
- b. Hak *khiyar* dianggap gugur apabila pihak yang memilikinya dengan sengaja melepaskan hak tersebut, baik secara lisan maupun perbuatan.
- c. Barang mengalami kerusakan akibat tindakan pihak yang memiliki hak *khiyar*, sehingga tidak dapat dikembalikan dalam kondisi semula.
- d. Adanya perubahan atau penambahan pada barang oleh pemilik hak *khiyar*, yang mengakibatkan barang tidak lagi dalam kondisi seperti

saat transaksi dilakukan.⁸⁶

Khiyar aib dalam transaksi jual beli di toko sering terjadi setelah pembeli menerima barang dan kemudian menemukan adanya cacat atau ketidaksesuaian dengan yang dijanjikan. Karena dalam proses jual beli di toko, barang terkadang baru diperiksa secara detail setelah serah terima berlangsung. Jika pembeli menemukan adanya cacat pada barang yang telah dibeli, mereka berhak mengajukan keluhan kepada penjual. Dalam hal ini, penjual bertanggung jawab untuk menyelesaikan keluhan tersebut dan memberikan solusi atas kerugian yang dialami pembeli didasarkan pada persetujuan bersama yang dicapai oleh semua pihak yang memiliki keterlibatan dalam transaksi.⁸⁷



⁸⁶ Andri Soemitra, *Hukum Ekonomi Syariah Dan Fiqh Muammalah*, (Jakarta: Pranadamedia Group, 2019), hlm. 52.

⁸⁷ Andri Soemitra, *Hukum Ekonomi Syariah Dan Fiqh Muammalah*, (Jakarta: Pranadamedia Group, 2019), hlm. 53.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian mengenai aspek hukum terkait tanggung jawab pelaku usaha dalam transaksi penjualan es kristal di Toko Samui Ice Purwokerto, baik dalam perspektif Hukum Islam maupun sesuai dengan ketentuan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dapat disimpulkan beberapa poin utama sebagai berikut :

1. Tanggung Jawab Pelaku Usaha dalam Perspektif Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Perspektif hukum positif Indonesia menunjukkan bahwa Toko Samui Ice Purwokerto telah berupaya memenuhi tanggung jawab hukumnya sesuai dengan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Respon yang diberikan oleh pelaku usaha meliputi penyediaan informasi yang jelas terkait produk serta pemberian kompensasi atau penggantian produk yang mengalami kerusakan selama proses pengiriman. Namun, masih terdapat kekurangan dalam sistem pengelolaan logistik yang menyebabkan penyusutan es selama pengiriman. Hal ini menunjukkan bahwa tanggung jawab hukum pelaku usaha perlu diperkuat dengan perbaikan manajemen distribusi untuk menjamin kepuasan dan perlindungan hak konsumen.

2. Tanggung Jawab Pelaku Usaha dalam Perspektif Hukum Islam

Perspektif Hukum Islam menekankan pada tanggung jawab pelaku

usaha dalam menjalankan transaksi jual beli yang berlandaskan pada prinsip kejujuran (shiddiq) dan transparansi. Respon yang diberikan oleh Toko Samui Ice Purwokerto mencerminkan upaya dalam memberikan informasi produk yang jelas dan menjaga kehalalan produk. Namun, masalah terkait penyusutan es selama pengiriman menunjukkan adanya tanggung jawab moral yang perlu ditingkatkan untuk menghindari unsur gharar (ketidakpastian) dalam transaksi. Oleh karena itu, perbaikan dalam sistem pengiriman dan manajemen kualitas produk menjadi langkah penting untuk memastikan transaksi yang adil dan sesuai dengan nilai-nilai Islam.

B. Saran

Berdasarkan penelitian mengenai tanggung jawab hukum pelaku usaha dalam penjualan es kristal menurut perspektif Hukum Islam serta Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen di Toko Samui Ice Purwokerto, terdapat beberapa saran yang dapat direkomendasikan:

1. Untuk Pelaku Usaha

- d. Meningkatkan sistem manajemen logistik agar kualitas produk tetap terjaga selama proses pengiriman.
- e. Memberikan layanan pelanggan yang responsif dan transparan untuk menangani keluhan konsumen dengan cepat.
- f. Mengedukasi karyawan tentang pentingnya tanggung jawab hukum dan nilai-nilai kejujuran dalam transaksi sesuai dengan Hukum Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

2. Untuk Konsumen/Masyarakat

- g. Konsumen harus lebih jeli dalam memahami informasi produk yang ditawarkan.
- h. Melaporkan secara jelas dan mendetail apabila terjadi ketidaksesuaian produk atau layanan.
- i. Mendukung pelaku usaha yang berkomitmen pada kualitas dan kejujuran, serta menghindari transaksi dengan pihak yang tidak bertanggungjawab.



DAFTAR PUSTAKA

- A., Ghofur, M. A, Nadhif, dkk, Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Pembulatan Pembayaran Pada Jual Beli Online Shopee Cash On Delivery (COD). *Al-Rasyad*, 1(2), Tahun 2022, 15-27.
- A, Muttaqin, Transaksi e-commerce dalam tinjauan hukum jual beli islam. *Ulumuddin Journal of Islamic Legal Studies*, 7(1), Tahun 2011.
- A., Rizqi, G., Simanjuntak, dkk, Pendampingan GMAPS dan QRIS sebagai Media Digitalisasi UMKM Desa Tempurejo Kabupaten Jember. *Al-Khidmah Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), Tahun 2024, 193-202.
- A'an Efendi, Dyah Octarina Susanti. *Penelitian Hukum (Legal Research)*, Jakarta: Sinar Grafika. 2014.
- Anwar, Syamsul. *Hukum Perjanjian Syariah (Studi Tentang Teori Akad Dalam Fikih Muamalat)*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007.
- Az-Zuhaili, Wahbah. *Fiqh Islam Wa Adillatuhu* jilid 5. Jakarta: Gema Insani. 2011.
- Barkatullah, Abdul Halim. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Bandung: Nusa Media. 2008.
- Bulughul Maram min Adillati Al-Ahkam, Al-Hafidz Ahmad Ali bin Hajar Al-Asqoilani. *Kitab Jual Beli, Bab Jual Beli, Syarat dan Rukun*, No. 801.
- C, Choirunnisak, N. P. Ramadhany, dkk, Analisis penerapan prinsip etika bisnis islam terhadap usaha mikro kecil dan menengah (umkm) pada rozza bakery palembang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 3(1), Tahun 2023, 13-26.
- Daruhadi, G., & Sopiati, P. (2024). Pengumpulan data penelitian. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(5), 5423-5443
- D. D., Hartomo dan H. Hartono, Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan UMKM di Surakarta, *Jurnal Bisnis dan Manajemen (Journal of Business and Management)*, 14(1), Tahun 2016, 15-30.
- Dewi, D. H., Setyawati, I., Karyatun, S., Setiawan, A. R., Hardianto, M. N., & Zulfikar, A. (2023). Strategi Pengembangan Dan Pengelolaan UMKM Desa Kalikidang Banyumas Jawa Tengah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Darul Ulum*, 2(1), 1-9.
- D., Oktavianti,, S., Sufaidah, dkk, Pengembangan Kualitas Produk UMKM Melalui Inovasi Kemasan dan Digital Marketing. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), Tahun 2022, 152-156.

- D. R Juwita dan A. T Santriati, Perlindungan Hak Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999, *Jurnal Hukum dan Ekonomi*, 12(1), Tahun 2022, 45-60.
- Devita Sari, May. “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Es Kristal Dengan Sistem Istishna’(Studi Kasus Di Aaron Ice Crystal Kecamatan Kedaton Bandar Lampung)”, Skripsi Uin Raden Intan Lampung, 2022.
- Dewi, Gemala. *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*. Jakarta: Kencana. 2005.
- Dyah Ratih Sulistyastuti, Erwan Agus Purwanto . *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Gava Media, 2017.
- F, Senoaji, Hubungan Antara Tanggung Jawab Sosial, Kualitas Pelayanan, dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah BSI Surabaya. *Improvement: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(2), Tahun 2021, 165-172.
- Hakim, M. L. (2024). Analisis Dan Desain Pemetaan UMKM Agroindustri Jawa Tengah Dengan Metode K-MEANS Cluster Untuk Peningkatan Ekspor: Analysis and Design of Mapping SMEs-Based Agroindustry in Central Java using the K-Means Cluster Method for Export Enhancement. *Jurnal Agroindustri Terapan Indonesia*, 1(2), 19-28.
- H, Ade Maharani. “Jual Beli Sembako Bantuan Pangan Non Tunai Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Desa Bumiagung Kec. Rowokele, Kab. Kebumen)”, *Skripsi UIN Saizu Purwokerto*. 2023.
- H. Hasanuddin, Latief, A., dkk, Pengukuran Waktu Kerja Karyawan pada Pengemasan Es Kristal Menggunakan Metode Time Study. “*Jambura Industrial Review (JIREV)*”, 1(2), Tahun 2021, 48-57.
- H, M Pakpahan, I, Desidera, dkk, Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keterlambatan Pengiriman Es Kristal Dari Produsen Ke Konsumen Di Daerah Bandung Raya (Studi Kasus: Unit Bisnis Ice Fresh)(Ta. 13.15. 22.63), *Skripsi Stimlog Indonesia*, 2022.
- H, Syazali, Jual Beli Bai’ul Wafa’ ditinjau Menurut Hukum Islam. *Jurnal Tahqiqat: Jurnal Ilmiah Pemikiran Hukum Islam*, 13(1), Tahun 2019, 35-50.
- Hamzah, Andi. *Kamus Hukum*. Bogor: Ghalia Indonesia. 2005.
- Halis, Nur . “Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen“ *Jurnal IUS*, Vol 03 No. 9. 2015. 530-531.
- Hartini. “ Tinjauan Hukum Islam Terhadap Dampak Praktek Jual Beli Cendol Yang Mengandung Tawas Dan Pewarna Tekstil (Studi Kasus Di Pasar Talang Padang Kabupaten Tanggamus)”, *Skripsi UIN Raden Intan Lampung*, 2019.

Hidayat, Enang. Fiqh Jual Beli.

Humaemah, Ratu. “Analisa Hukum Islam Terhadap Masalah Perlindungan Konsumen Yang Terjadi Atas Jual Beli E-Commerce“ Jurnal Ekonomi Islam, Vol.6 No.01. 2015. 63-64.

I. K., Swasti, R., Musfirah, dkk, Pelatihan Dan Pendampingan Digital Marketing Untuk Peningkatan Brand Awareness UMKM “Dapoer Kerontang”. ALKHIDMAH: Jurnal Pengabdian dan Kemitraan Masyarakat, 1(3), Tahun 2023, 34-44.

I, Khalik, D, Dahmiri, dkk, “Pengaruh kualitas produk dan inovasi terhadap keunggulan bersaing UMKM kuliner di masa pandemi covid-19”. Ekonomis: Journal of Economics and Business, 5(2), Tahun 2021, 434-438.

I., N, Rachmawati, Pengumpulan data dalam penelitian kualitatif: wawancara: Jurnal Keperawatan Indonesia, 11(1), Tahun 2007, 35-40.

Ibrahim, Johny. Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif. Malang: Bayumedia Publishing. 2013

Indarsita, Vanda., “Analisis Hukum Islam Dan Undang Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Pertanggung Jawaban Atas Kesalahan Produksi Di Wira Konveksi Sidoaro”, Skripsi UIN Sunan Ampel Surabaya. 2019.

I. R. M. A. W. A. T. I., Arfat, Transaksi Jual Beli Online Perspektif Hukum Islam. Al-Syakhshiyah, 3(1), Tahun 2021, 363-641.

Johan Nasution, Bahder. Metode Penelitian Ilmu Hukum. Bandung: Mandar Maju, 2008.

Joko Subagyo, P. Metode penelitian Dalam Teori dan Praktek. Jakarta: Rineka Cipta, 1999.

M. H, Harun. Fiqh Mualamalah. Muhammadiyah University. 2007.

M., Rahardjo. Metode pengumpulan data penelitian kualitatif, 2011.

Mardani. Fiqh Ekonomi Syariah. Jakarta: Kencana, 2012.

Miru, Ahmadi. Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia. (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2011.

Muhammad Azhar, Kornelius Benuf, “ Metodologi Penelitian Hukum Sebagai Instrumen Mengurai Permasalahan Hukum Kontemporer”, Jurnal Gema Keadilan, Vol 7 (1), Juni 2020, 27-28.

- Natiqoh, A'yuni. "Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Jual-Beli Menggunakan Katalog Sebagai Media Pemasaran Ditinjau Dari Perspektif Hukum Islam (Study Kasus Shopie Paris di BC Rinda)", Skripsi IAIN Jember, 2015.
- Notoatmoja, Soekidja. Etika dan Hukum Kesehatan. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- N, Suhardianto dan Krisna A. D., Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial. Jurnal akuntansi dan keuangan, 18(2), Tahun 2016, 119-128.
- Nurhalis, Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam Dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. Lombok Timur, Jurnal IUS, Vol III, Nomor 9 Desember 2015
- P, Hendrarso, Saputra, W, dkk, Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Terhadap Peluang Usaha Es Kristal di Kota Serang.
- S, Burhanuddin. Pemikiran Hukum Perllindungan Konsumen & Sertifikasi Halal. Malang: UIN Maliki Press. 2011.
- S. P., Nagamadia, S. P. "Efektivitas UU No. 8 Tahun 1999 Perlindungan Konsumen Terhadap Keterlambatan Pengiriman Barang Perspektif Akad Wakalah (Studi Kasus J&T Express)", Skripsi IAIN Parepare, 2023.
- S., Rahmayanti, J. E. Sihaloho, dkk, Implementasi Sistem Pembayaran Quick Response Indonesia Standard Bagi Perkembangan UMKM di Medan. Jurnal Manajemen Bisnis, 17(2), Tahun 2020, 287-297.
- Sa'adah Yuliana, dkk. Transaksi Ekonomi Dan Bisnis Dalam Tinjauan Fiqh Muamalah. Yogyakarta: Idea Press. 2017.
- Siswadi. Jual Beli Dalam Perspektif Islam. Jurnal Ummul Qur'an. Vol III No 2, Agustus Tahun 2013.
- Soekanto, Soerjono. *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia (UI-Press), 2007.
- Soemitra, Andri. Hukum Ekonomi Syariah dan Fih Muamalah. Jakarta Timur: Prenadamedia Group. 2019.
- Soemitra, Ronny Hanitijo. Metode penelitian Hukum dan Jurimetri. Jakarta: Ghalia Indonesia, 1990.
- Sudaryono et al.. E-Commerce Dorong Perekonomian Indonesia, Selama Pandemi Covid 19 Sebagai Entrepreneur Modern Dan Pengaruhnya Terhadap Bisnis Offline. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(02) Tahun 2020. 119.
- Sunaryo, Agus, et.al, Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Syariah IAIN

Purwokerto. t.k: t.p, t.t.

Sumitro, Warkum. Hukum Islam (Di Tengah Dinamika Sosial Politik di Indonesia). Malang: Setara Press, 2016.

Supardi. Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis. Yogyakarta: UII Press. 2005.

T, Anggraini. Analisis Perbandingan Strategi Pemasaran Online dan Offline Pada Toko Alea Pasar Tradisional Modern (PTM) Kota Bengkulu Ditinjau Dari Ekonomi Islam. 2017.

T, Rahman dan F. F Yusnita, Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Dengan Metode Full Costing Untuk Menetapkan Harga Jual Pada Produk Es Kristal (Studi Pada Umkm Es Kristal Imam Desa Mabuun Kecamatan Murung Pudak Kabupaten Tabalong). Japb, 7(2), Tahun 2024, 1910-1922.

Taqiyuddin Abu Bakar Muhammad Al-Husaini Al Hushna Ad-Damasyqa As-Syafi'I, Imam. "Kifayatul Akhyar Juz 1". Al-Haramain. 1426 H.

Tri Siwi Kristiyanti, Celina. Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: Sinar Grafika. 2008.

Waluyo, Bambang. Penelitian Hukum Dalam Praktek. Jakarta: Sinar Grafika. 1991.

Windusancono, B. A. (2021). Upaya percepatan pertumbuhan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia. *Mimbar Administrasi Fisip Untag Semarang*, 18(1), 01-14

Yahya, I, Septiningsih, D. Tinjauan Fatwa Dsn Mui No. 110/Dsn-Mui/Ix/2017 Tentang Akad Jual Beli Terhadap Praktik Pembayaran Paylater (Studi Kasus Di Aplikasi Shopee). 2020.

Zuhaili, Wahbah. Fiqh Islam Wa Adillatuhu 5. Jakarta: Gema Insani. 2011.

Zulham. Hukum Perlindungan Konsumen. Jakarta: Kencana. 2013.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Quisioner

QUISONER

1. Identitas Pelaku Usaha

- Nama pemilik usaha dan sejarah singkat Toko Samui Ice. (Jika owner)
- Nama Karyawan dan sudah berapa lama bekerja disini. (jika karyawan)
- Sudah berapa lama usaha ini beroperasi di Purwokerto?
- Bagaimana sistem produksi dan distribusi es kristal yang mereka terapkan?

2. Proses Produksi dan Standar Keamanan

- Bagaimana proses produksi es kristal di toko ini?
- Apakah ada standar kebersihan dan keamanan dalam produksi es?
- Apakah toko memiliki izin usaha dan sertifikasi dari lembaga terkait?

3. Kepatuhan terhadap Regulasi (UU No. 8 Tahun 1999 dan Hukum Islam)

- Apakah pemilik usaha mengetahui Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?
- Apakah mereka memahami kewajiban pelaku usaha dalam memberikan produk yang aman dan berkualitas?
- Bagaimana toko menangani keluhan konsumen terkait kualitas atau keamanan es yang dijual?
- Dalam perspektif Hukum Islam, bagaimana mereka menerapkan prinsip jual beli yang adil dan transparan?

4. Penanganan Keluhan Konsumen

- Apa jenis keluhan yang paling sering diterima dari pelanggan?
- Apakah toko memiliki kebijakan refund atau penggantian produk jika ada masalah?
- Bagaimana cara mereka memastikan kepuasan pelanggan?

5. Tantangan dan Kendala dalam Usaha

- Apa kendala utama yang mereka hadapi dalam menjaga kualitas produk?
- Bagaimana mereka memastikan es tetap higienis selama distribusi?
- Bagaimana persaingan dengan produsen es kristal lain di Purwokerto?

6. Harapan dan Saran

- Apakah ada saran dari pemilik usaha terkait regulasi perlindungan konsumen dalam bisnis es kristal?
- Bagaimana mereka melihat peran pemerintah dalam mendukung usaha seperti ini?
- Apakah ada keinginan untuk meningkatkan standar produksi agar lebih sesuai dengan regulasi?

Lampiran 2. Bukti Foto Wawancara



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama Lengkap : Dinda Layla Sahvira
NIM : 1817301052
Tempat/Tanggal Lahir : Purwokerto, 26 Desember 2000
Alamat Rumah : Jl. Karang Turi No.06 RT.03 RW.09
Purwokerto Wetan, Purwokerto Timur
Nama Ayah : Triyono
Nama Ibu : Omi Wahyuni

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal

SD/MI : SD N 3 Purwokerto Lor
SMP/MTs : SMP N 7 Purwokerto
SMA/MA : SMK N 1 Purwokerto
S1 : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

2. Pendidikan Non-Formal

a. Pondok Pesantren Al Amin Pabuaran

Purwokerto, 2 Maret 2025

Penulis,



Dinda Layla Sahvira

NIM. 1817301052