

SKRIPSI

**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP LAYANAN USAHA
GORENGAN BERDASARKAN ETIKA BISNIS ISLAM
(STUDI DI KOTA PAREPARE)**



Oleh

**ADAM MALIK
NIM. 14.2200.081**

PAREPARE

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2020

SKRIPSI

**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP LAYANAN USAHA
GORENGAN BERDASARKAN ETIKA BISNIS ISLAM
(STUDI DI KOTA PAREPARE)**



Oleh

**ADAM MALIK
NIM : 14.2200.081**

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Hukum
(S.H) pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah
Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2020

**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP LAYANAN USAHA
GORENGAN BERDASARKAN ETIKA BISNIS ISLAM
(STUDI DI KOTA PAREPARE)**

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai
Gelar Sarjana Hukum**

**Program Studi
Hukum Ekonomi Syariah**

Disusun dan diajukan

Oleh

**ADAM MALIK
14.2200.081**

Kepada

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2020

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Adam Malik
 Judul Skripsi : Perlindungan Konsumen Terhadap Layanan Usaha Gorengan Berdasarkan Etika Bisnis Islam (Studi Di Kota Parepare)
 NIM : 14.2200.081
 Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam
 Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
 Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Ketua STAIN Parepare No. B.3/87/In.39/PP.00.01/11/2018

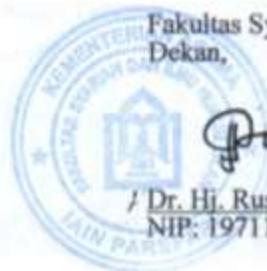
Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama : Dr. Zainal Said, M. H
 NIP : 19761118 200501 1 002
 Pembimbing Pendamping : Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag (.....)
 NIP : 19730129 200501 1 004



Mengetahui:

Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam
 Dekan,



/ Dr. Hj. Rusdya Basri, Lc., M.Ag. ✓
 NIP: 19711214 200212 2 002

SKRIPSI
**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP LAYANAN USAHA
GORENGAN BERDASARKAN ETIKA BISNIS ISLAM
(STUDI DI KOTA PAREPARE)**

Disusun dan diajukan Oleh

ADAM MALIK
14.2200.081

Telah dipertahankan di depan panitia ujian munaqasyah
Pada Tanggal 18 Februari 2020 dan
dinyatakan telah memenuhi syarat

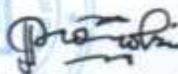
Mengesahkan

Dosen Pembimbing

Pembimbing Utama	: Dr. Zainal Said, M. H	
NIP	: 19761118 200501 1 002	
Pembimbing Pendamping	: Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag (.....)	
NIP	: 19730129 200501 1 004	


Institut Agama Islam Negeri Parepare
Rektor,

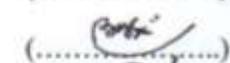
Dr. Ahmad Sultra Rustan, M. Si
NIP. 19640427 198703 1 002


Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Dekan,

Dr. Hji. Rusdava Basri, Lc., M.Ag
NIP: 19711214 200212 2 002

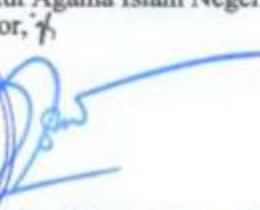
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Nama Mahasiswa : Adam Malik
 Judul Skripsi : Perlindungan Konsumen Terhadap Layanan Usaha Gorengan Berdasarkan Etika Bisnis Islam (Studi Di Kota Parepare)
 NIM : 14.2200.081
 Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam
 Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
 Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Ketua STAIN Parepare No. B.3/87/In.39/PP.00.01/11/2018
 Tanggal Kelulusan : 19 November 2019

Disahkan Oleh Komisi Penguji

Dr. Zainal Said, M. H	(Ketua)	
Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag	(Sekertasis)	
Badruzzaman, S. Ag., M. H	(Anggota)	
Dr. Hj. Saidah, S. HI., M. H	(Anggota)	

Mengetahui:

Institut Agama Islam Negeri Parepare
 Rektor, 



Dr. Ahmad Sultra Rustan, M. Si
 NIP. 19640427 198703 1 002

KATA PENGANTAR

السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur atas kehadiran Allah swt yang telah mengajarkan manusia apa yang belum diketahuinya dan memberikan hidayah dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat merampungkan penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar “ Sarjana Hukum (S.H) pada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam” Institut Agama Islam Negeri IAIN Parepare. Dalam skripsi ini penulis merumuskan judul penelitian “Perlindungan Konsumen Terhadap Layanan Usaha Gorengan Berdasarkan Etika Bisnis Islam (Studi Di Kota Parepare)”.

Penulis mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada ayahanda penulis yaitu Abd. Malik dan ibunda Hariani yang telah melahirkan, membesarkan, mendidik dan berkah doa tulusnya sehingga penulis mendapat kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik tepat pada waktunya.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari bapak Dr. Zainal Said, M. H sebagai pembimbing utama serta bapak Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag sebagai pembimbing pendamping. Penulis banyak mengucapkan terima kasih atas segala bantuan dan bimbingan beliau berdua yang telah diberikan selama dalam penulisan skripsi ini.

Penulis juga mengucapkan terima kasih yang tulus dan menghaturkan penghargaan kepada:

1. Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.
2. Dr. Hj. Rudaya Basri, Lc., M.Ag. selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam, atas pengabdianya telah menciptakan suasana positif bagi mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.
3. Hj. Sunuwati, Lc., M.HI selaku Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, atas segala pengabdian dan bimbingannya bagi mahasiswa baik dalam kegiatan perkuliahan maupun di luar dari pada kegiatan perkuliahan.
4. Kepala Perpustakaan IAIN Parepare beserta seluruh staf yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalani studi di IAIN Parepare, terutama dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah yang telah meluangkan waktu mereka dalam mendidik penulis selama studi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.
6. Para staf akademik, staf Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam dan staf Rektorat yang ada di IAIN Parepare yang telah membantu dan melayani penulis dengan baik.
7. Para penjual gorengan di Kota Parepare yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengadakan penelitian dan memperoleh data serta informasi yang dibutuhkan dalam skripsi ini.
8. Semua sahabat-sahabat penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang memberikan semangat kepada penulis.

9. Pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis mengucapkan pula terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moral maupun material sehingga penulis skripsi ini dapat disesuaikan tepat pada waktunya. Semoga Allah swt berkenan menilai segalanya sebagai amal jariyah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya.

Akhirnya, penulis menyampaikan bahwa kiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare, 20 November 2019

Penulis,



ADAM MALIK
14.2200.081



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : ADAM MALIK

Nim : 14.2200.081

Tempat/Tgl Lahir : Jampue, 14 Juli 1995

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Jurusan : Syariah dan Ilmu Hukum Islam

Judul Skripsi : Perlindungan Konsumen Terhadap Layanan Usaha Gorengan

Bardasarkan Etika Bisnis Islam (Studi Di Kota Parepare)

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain, maka skripsi ini dinyatakan batal oleh hukum.

Parepare, 20 November 2019

Penulis,



ADAM MALIK
14.2200.081

ABSTRAK

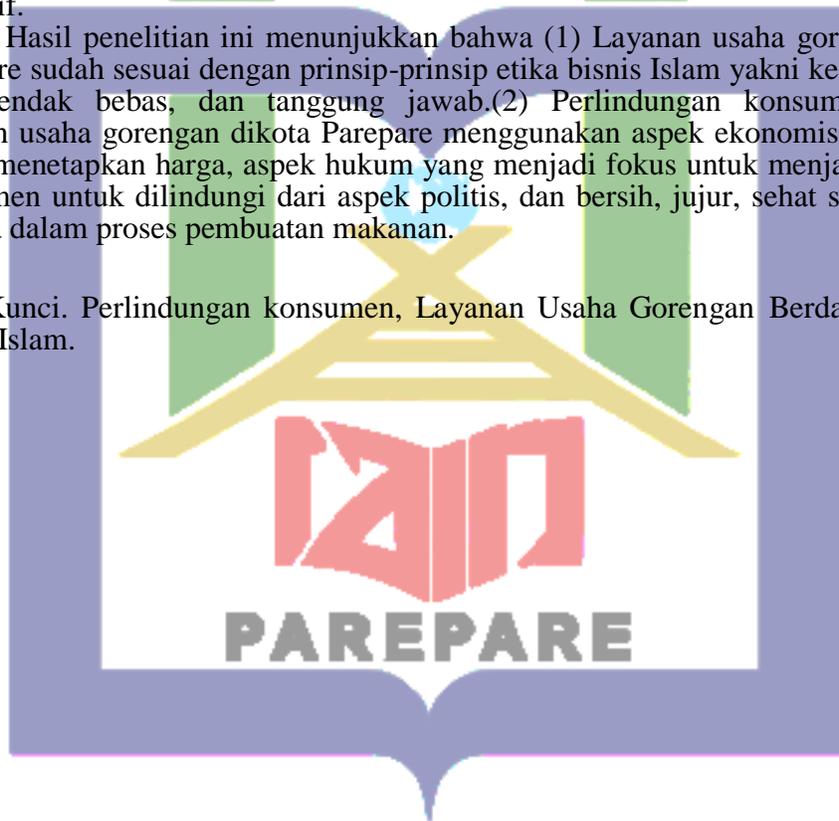
ADAM MALIK, *Perlindungan Konsumen Terhadap Layanan Usaha Gorengan Berdasarkan Etika Bisnis Islam (Studi Kota Parepare)*.

Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Sehingga dengan adanya perlindungan konsumen maka akan sangat membantu masyarakat khususnya peminat gorengan. Namun bisa menjadi hal yang menakutkan bagi masyarakat selaku konsumen yang berada pada pihak yang lemah dan juga bisa menjadi hal yang aneh bagi masyarakat yang tidak mengetahui dengan adanya perlindungan konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perlindungan konsumen terhadap layanan usaha gorengan berdasarkan etika Bisnis Islam. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Adapun teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Kemudian teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis induktif dan analisis deduktif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Layanan usaha gorengan dikota Parepare sudah sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yakni kesatuan, aadil, berkehendak bebas, dan tanggung jawab.(2) Perlindungan konsumen terhadap layanan usaha gorengan dikota Parepare menggunakan aspek ekonomisebagai acuan untuk menetapkan harga, aspek hukum yang menjadi fokus untuk menjamin hak-hak konsumen untuk dilindungi dari aspek politis, dan bersih, jujur, sehat sebagai aspek budaya dalam proses pembuatan makanan.

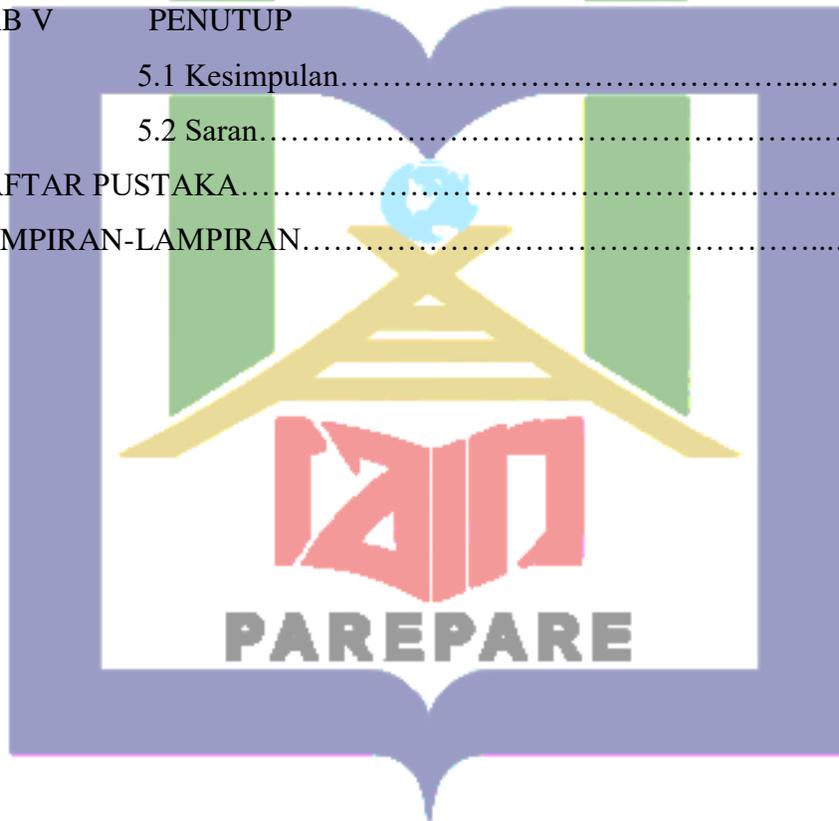
Kata Kunci. Perlindungan konsumen, Layanan Usaha Gorengan Berdasarkan Etika Bisnis Islam.



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL.....	ii
HALAMAN PENGANTAR.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING.....	v
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	x
ABSTRAK.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	6
2.2. Tinjauan Teori.....	7
2.2.1 Perlindungan Konsumen.....	7
2.2.2 Etika Bisnis Islam.....	13
2.3 Tinjauan Konseptual.....	31
2.4 Kerangka Pikir.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis dan Desain Penelitian.....	34
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	34

	3.3 Fokus Penelitian.....	34
	3.4 Jenis dan Sumber Data yang Digunakan.....	35
	3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	36
	3.6 Teknik Analisis Data.....	37
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	4.1 Layanan Usaha Gorengan di Kota Parepape Berdasarkan Etika Bisnis Islam.....	38
	4.2 Perlindungan Konsumen Terhadap Layanan Usaha Gorengan Berdasarkan Etika Bisnis Islam	43
BAB V	PENUTUP	
	5.1 Kesimpulan.....	48
	5.2 Saran.....	49
	DAFTAR PUSTAKA.....	50
	LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	52



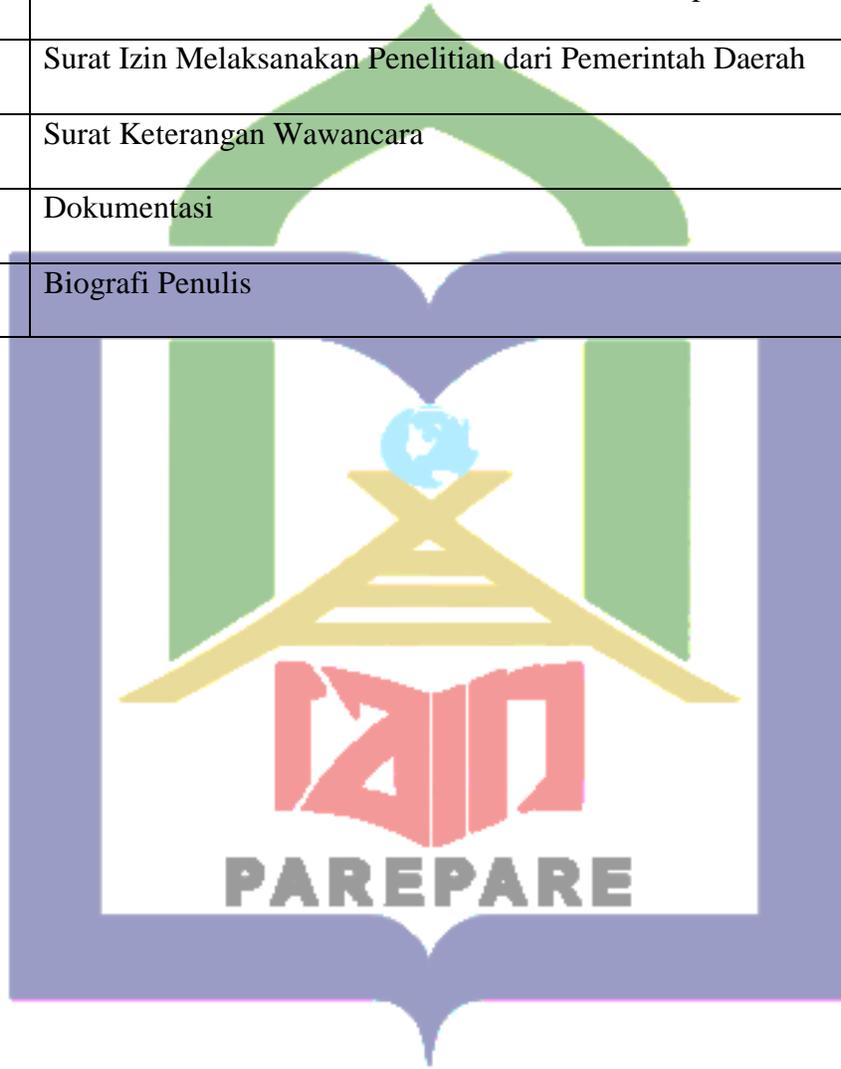
DAFTAR GAMBAR

No	Judul Gambar	Halaman
1	Bagan Kerangka Pikir	33



DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul Lampiran
1	Surat Izin Melaksanakan Penelitian dari IAIN Parepare
2	Surat Izin Melaksanakan Penelitian dari Pemerintah Daerah
3	Surat Keterangan Wawancara
4	Dokumentasi
5	Biografi Penulis



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia merupakan makhluk sosial yang tidak luput dari interaksi dengan sesama manusia lainnya. Dengan berinteraksi, mereka dapat mengambil dan memberikan manfaat, antara yang satu dengan yang lainnya. Interaksi antar manusia menimbulkan berbagai macam hubungan yang salah satunya adalah hubungan jual beli atau berbisnis.

Dalam bisnis, para pengusaha harus dapat melayani pelanggan dengan cara yang menguntungkan kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang, selain harus mengetahui kesempatan-kesempatan baru untuk memuaskan keinginan-keinginan pembeli.¹ Islam juga membahas secara detail mengenai jual beli atau berbisnis karena pada hakikatnya Islam bukan hanya agama yang mementingkan aspek ibadah saja, melainkan juga sangat menekankan aspek sosial (*muamalah*). Menurut Milton Friedman bahwa tidak mungkin jika bisnis itu tidak mencari keuntungan. Ia melihat bahwa dalam kenyataannya hanya keuntunganlah yang menjadi satu-satunya motivasi atau daya tarik bagi masyarakat yang melakukan kegiatan bisnis atau disebut pelaku bisnis. Menurut Friedman, mencari keuntungan bukan hal yang jelek karena semua orang memasuki bisnis selalu punya satu motivasi

¹Husain Umar, *Business an Introduction* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000), h. 34.

dasar, yaitu mencari keuntungan, karena sudah menjadi hakekat dasar oleh pelaku bisnis.²

Namun, dalam era bisnis yang modern saat ini, untuk menghadapi suatu persaingan serta mewujudkan persaingan yang sehat dalam bisnis, diperlukan dengan adanya aturan yang juga dikenal dengan istilah etika bisnis. Etika bisnis sangat berperan penting dalam dunia bisnis karena sangat bermanfaat untuk mengendalikan persaingan bisnis agar tidak menjauhi norma-norma yang ada karena etika pada dasarnya adalah moral atau standar yang menyangkut benar-salah atau baik-buruknya suatu perbuatan dan salah satunya adalah perbuatan-perbuatan yang dilakukan dalam berbisnis dan persaingan bisnis dapat dinilai etis apabila memenuhi seluruh norma-norma bisnis yang ada.

Tujuan lain etika bisnis bukan mengubah keyakinan moral seseorang, melainkan untuk meningkatkan keyakinan itu sehingga orang percaya pada diri sendiri dan akan memberlakukannya di bidang bisnis.³ Dengan demikian seseorang yang melakukan kegiatan bisnis dapat mengetahui bahwa ia melakukan kegiatan bisnis bukan semata-mata hanya mencari keuntungan saja melainkan untuk mencari ridho Allah swt, dengan cara yang baik, mementingkan perasaan akan kepuasan konsumen dengan tidak melakukan kecurangan-kecurangan atau unsur-unsur tertentu

²Agus Arijanto, *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis* (Cet. II; Jakarta: Rajawali Pers, 2011), h. 22.

³Simorangkir, *Etika: Bisnis, Jabatan dan Perbankan* (Cet. I; Jakarta: Rineka Cipta, 2003), h. 31.

yang dapat merugikan dan mengecewakan pihak konsumen. Allah berfirman dalam Q.S. An-Nisa/4: 29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemahnya:

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu.⁴

Dari ayat diatas, Allah swt melarang kita memakan harta secara bathil atau tidak sesuai dengan anjuran hukum syar'i seperti riba atau hal lainnya yang serupa yang mengandung unsur penipuan tetapi yang sangat dianjurkan adalah jual beli dengan jalan suka sama suka atau saling ridho dan tidak ada unsur penyesalan yang dapat merugikan salah satu pihak. Namun dalam kenyataannya tetap saja masih ada sebagian kecil dari pelaku bisnis termasuk didalamnya penjual gorengan, khususnya yang berada di kota Parepare yang melakukan atau menuangkan cara-cara dan unsur-unsur tertentu kedalam proses penjualannya, seperti minyak yang dipakai menggoreng tidak pernah di ganti, Cuma selalu ditambah apabila minyaknya sudah sedikit, sedangkan minyak itu cukup tiga kali digunakan. Hal seperti inilah yang tidak sesuai dengan etika bisnis dalam islam karena hal tersebut dapat merugikan

⁴Kementrian Agama, *Al-Quran dan Terjemahnya* (Jakarta: CV Darus Sunnah, 2007), h. 107.

konsumen yang mengonsumsinya walaupun gorengan tersebut enak dan habis terjual tetapi merugikan para pembeli.

Dari kasus tersebut menjadi hal menarik untuk peneliti karena perilaku penjual gorengan yang sangat perlu menerapkan etika bisnis Islam dalam menjalankan usahanya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan timbul beberapa persoalan yang membutuhkan pikiran serta analisis yang secara faktual dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah berdasarkan kondisi nyata di kota Parepare, berkaitan dengan judul: “Perlindungan Konsumen Terhadap Layanan Usaha Gorengan Berdasarkan Etika Bisnis Islam di Parepare”, maka penulis mengemukakan batasan permasalahan sebagai berikut:

- 1.2.1 Bagaimana layanan usaha gorengan berdasarkan etika bisnis Islam di Kota Parepare?
- 1.2.2 Bagaimana perlindungan konsumen terhadap layanan usaha gorengan di Parepare berdasarkan etika bisnis Islam?

1.3 Tujuan Penelitian

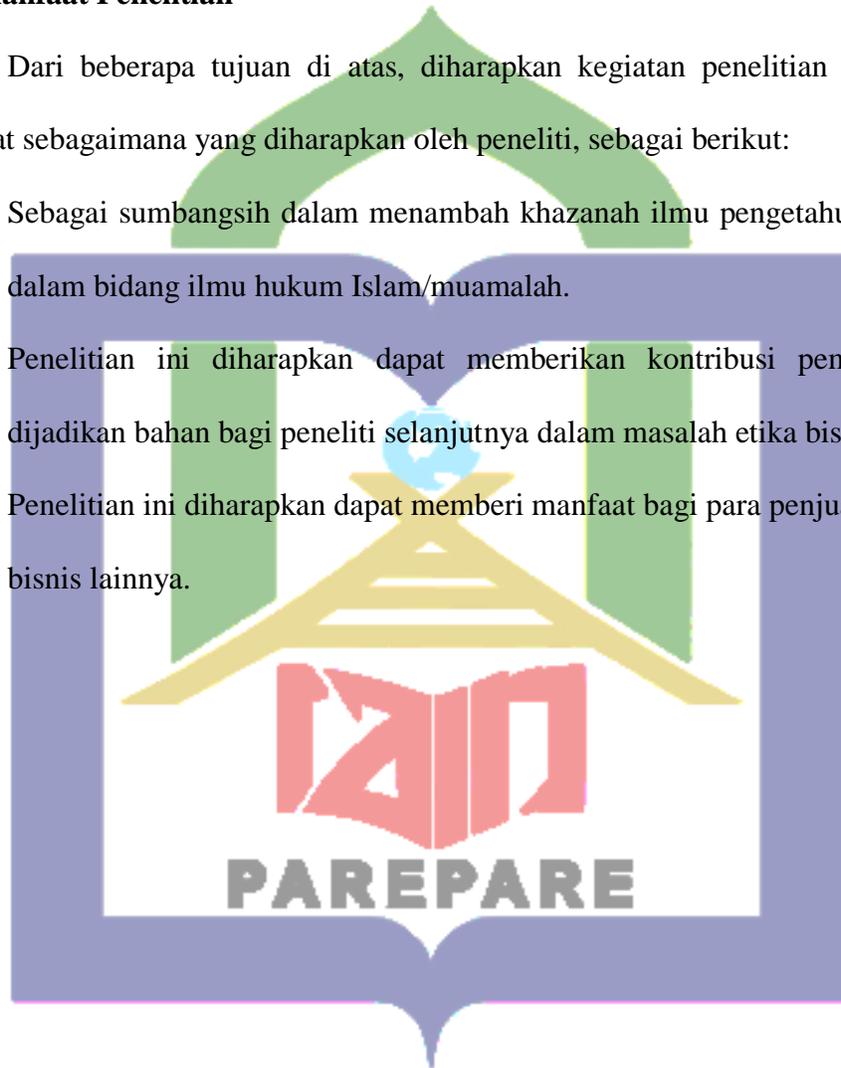
Pada dasarnya sesuatu yang dilakukan diharapkan dapat mencapai tujuan yang diinginkan sebelumnya. Tujuan yang diartikan sebagai sesuatu yang diharapkan tercapai setelah selesainya suatu kegiatan atau usaha. Demikian pula halnya dengan kegiatan penelitian ini, yang merupakan suatu kegiatan yang mempunyai tujuan yang hendak dicapai. Adapun tujuan yang dimaksud sebagai berikut:

- 1.3.1 Untuk mengetahui layanan usaha gorengan berdasarkan etika bisnis Islam.
- 1.3.2 Untuk mengetahui perlindungan konsumen terhadap layanan usaha gorengan di Parepare.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari beberapa tujuan di atas, diharapkan kegiatan penelitian ini memiliki manfaat sebagaimana yang diharapkan oleh peneliti, sebagai berikut:

- 1.4.1 Sebagai sumbangsih dalam menambah khazanah ilmu pengetahuan, terutama dalam bidang ilmu hukum Islam/muamalah.
- 1.4.2 Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran serta dijadikan bahan bagi peneliti selanjutnya dalam masalah etika bisnis Islam.
- 1.4.3 Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi para penjual dan pelaku bisnis lainnya.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang terkait dengan masalah etika bisnis ini diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Mardania pada tahun 2016 dengan judul *Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Unsur Tadlis pada Pedagang Buah (Studi di Desa Mirring Kab.Polewali Mandar)*. Penelitian ini memberikan gambaran kemudian menganalisis dan menyimpulkan tentang unsur *Tadlis* pada pedagang buah di Desa Mirring Kab. Polewali Mandar yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam.⁵ Penelitian kedua yang dilakukan oleh Warda pada tahun 2015 dengan judul *Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Bisnis Pedagang Pakaian di Pasar Lakessi Kota Parepare*. Penelitian ini berfokus tentang etika bisnis Islam terhadap persaingan bisnis pedagang pakaian di pasar Lakessi Kota Parepare karena melihat perilaku pedagang pasar khususnya pedagang pakaian yang perlu menerapkan etika bisnis Islam dalam menjalankan usahanya.⁶

Penelitian ketiga dilakukan oleh Laili Latifah Puspitasari pada tahun 2014 dengan judul *Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Tingkat Profitabilitas Rumah Yoghurt Berdasarkan Perspektif Karyawan (Studi Kasus pada Rumah Yoghurt*

⁵Mardania, *Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Unsur Tadlis pada Pedagang Buah di Desa Mirring kab.Polewali Mandar*, Skripsi (Parepare,2016), h.8.

⁶Warda, *Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Bisnis Pedagang Pakaian di Pasar Lakessi Kota Parepare*, Skripsi (Parepare, 2015), h.8

di Kota Batu). Penelitian ini menggambarkan secara sistematis tentang hubungan penerapan etika bisnis islam dengan tingkat profitabilitas perusahaan berdasarkan perspektif karyawan pada rumah yoghurt di kota Batu.⁷

Adapun letak perbedaan penelitian yang akan dilakukan ini dengan peneliti-peneliti terdahulu ialah terletak pada fokus penelitiannya, dimana penelitian kali ini akan meneliti tentang Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Perlindungan Konsumen, sedangkan penelitian-penelitian yang tertulis diatas, pertama membahas mengenai Unsur *Tadlis* pada pedagang buah. Kedua, membahas tentang persaingan bisnis pedagang pakaian dan yang ketiga membahas tentang tingkat profitabilitas Rumah Yoghurt berdasarkan perspektif karyawan. Namun, demikian, tetap sama-sama meninjau dari Etika Bisnis Islam.

2.2 Tinjauan Teoritis

2.2.1 Perlindungan Konsumen

1. Pengertian Perlindungan Konsumen

Konsumen menurut UU No. 8 Tahun 1999 tentang hukum perlindungan konsumen dalam pasal 1 ayat (2) yakni: Konsumen adalah setiap orang pemakai barang/jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.⁸

Perlindungan terhadap konsumen dipandang secara material maupun formal makin

⁷Laili Latifah Puspitasari, Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Tingkat Profitabilitas Rumah Yoghurt Berdasarkan Perspektif Karyawan, Skripsi,. http://etheses.uin-malang.ac.id/1883/12/10520034_Ringkasan.pdf (Diakses pada tanggal 09 Januari 2016).

⁸Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Sinar Grafika, 2018), h. 27.

terasa sangat penting, mengingat makin lajunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang merupakan motor penggerak bagi produktivitas dan efisiensi produsen atas barang atau jasa yang dihasilkannya dalam rangka mencapai sasaran usaha. Dalam rangka mengejar dan mencapai kedua hal tersebut, akhirnya baik langsung atau tidak langsung, konsumenlah yang pada umumnya akan merasakan dampaknya. Dengan demikian, upaya-upaya untuk memberikan perlindungan yang memadai terhadap kepentingan konsumen merupakan suatu hal yang penting dan mendesak untuk segera dicari solusinya.

Menurut Mochtar Kusumaatmadja berdasarkan Hukum Internasional, maka Hukum Konsumen adalah: “Keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang atau jasa konsumen, di dalam pergaulan hidup”.

Berdasarkan rumusan yang diberikan oleh Mochtar Kusumaatmadja, maka yang dimaksud dengan hukum perlindungan konsumen adalah: “Keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalahnya dengan para penyedia barang atau jasa konsumen”.⁹

2. Aspek-Aspek yg Mempengaruhi Pelaksanaan Perlindungan Konsumen

Endang Sri Wahyuni menyebutkan aspek-aspek yang mempengaruhi pelaksanaan perlindungan konsumen, yaitu:

1. Aspek Ekonomi

⁹Firman Tumantara Endipradja, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Malang: Setara Press, 2015), h. 49.

Aspek ekonomi memegang peranan yang sangat penting dalam pelaksanaan perlindungan konsumen. Kondisi perekonomian saat ini mengakibatkan kemampuan ekonomi masyarakat semakin merosot sehingga mempengaruhi kemampuan daya beli masyarakat dan dalam hal memilih produk, konsumen hanya dapat mengkonsumsi produk yang terjangkau harganya. Masyarakat tidak akan memikirkan mengenai hak-haknya yang telah dirugikan karena mengkonsumsi produk yang kualitasnya dibawah standar. Dengan kondisi yang demikian maka perlindungan konsumen susah untuk diterapkan, sebab pada prinsipnya pelaksanaan perlindungan konsumen hanya akan terwujud jika konsumen yang menjadi pihak di dalamnya peduli dengan hak-haknya, artinya jika konsumen menyadari bahwa ia telah dirugikan dan perlu untuk haknya maka perlindungan konsumen dapat dijalankan, akan tetapi jika konsumen yang bersangkutan tidak menuntut hak-haknya maka perlindungan konsumen tidak dapat dijalankan.

2. Aspek Hukum

Selain aspek ekonomi, aspek hukum juga memiliki peran penting dalam pelaksanaan perlindungan konsumen. Dalam aspek ekonomi yang menjadi fokus adalah situasi ekonomi dari konsumen yang bersangkutan sedangkan pada aspek hukum yang menjadi fokus adalah bagaimana hukum diterapkan dalam rangka menjamin hak-hak konsumen untuk dilindungi dari berbagai hal yang merugikan. Pembentukan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen ditujukan untuk memberikan perlindungan kepada para konsumen dan

untuk mewujudkannya maka penegak hukum harus bersungguh-sungguh dan konsisten menjalankan tugasnya.

3. Aspek Politis

Pelaksanaan perlindungan hukum juga dilihat dari aspek politis, tidak hanya untuk melindungi kepentingan konsumen terhadap produk-produk asing yang masuk ke Indonesia. Produk asing yang masuk ke Indonesia juga harus menaati peraturan yang berlaku. Pelaksanaan perlindungan hukum secara politis dilakukan untuk melindungi kepentingan nasional dari pengaruh produk asing yang akan merugikan bagi konsumen Indonesia.

4. Aspek Budaya

Pelaksanaan perlindungan konsumen tidak dapat terlepas dari factor budaya yang berlaku dalam masyarakat sebab hal tersebut berkaitan erat dengan kebiasaan masyarakat yang akan sangat menentukan system nilai yang berlaku di masyarakat tersebut. Perlindungan konsumen mengandung system nilai dan budaya tersendiri. Oleh karena itu, membutuhkan waktu yang lama dalam menerapkannya untuk menjadi budaya masyarakat.¹⁰

3. Hak-Hak Konsumen

Secara umum dikenal ada 10 hak dasar konsumen yaitu:

1. Hak Konsumen Mendapatkan Keamanan

¹⁰Firman Tumentara Endipradja, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Malang: Setara Press, 2015), h. 70.

Konsumen berhak mendapatkan keamanan dari barang dan jasa yang ditawarkan kepadanya. Produk barang dan jasa itu tidak boleh membahayakan jika dikonsumsi sehingga konsumen tidak dirugikan baik secara jasmani dan rohani.

2. Hak untuk Mendapatkan Informasi yang Benar

Setiap produk yang diperkenalkan kepada konsumen harus disertai informasi yang benar. Informasi ini diperlukan agar konsumen tidak sampai mempunyai gambaran yang keliru atas produk barang dan jasa. Informasi ini dapat disampaikan dengan berbagai cara, seperti lisan kepada konsumen, melalui iklan di berbagai media, atau mencantumkan dalam kemasan produk (barang).

3. Hak untuk Didengar

Hak yang erat kaitannya dengan hak untuk mendapatkan informasi adalah hak untuk didengar, ini disebabkan oleh informasi yang diberikan pihak yang berkepentingan atau yang berkompeten sering tidak cukup memuaskan konsumen. Untuk itu konsumen berhak mengajukan permintaan informasi lebih lanjut.

4. Hak untuk Memilih

Dalam mengonsumsi suatu produk, konsumen berhak menentukan pilihannya. Ia tidak boleh mendapat tekanan dari pihak luar sehingga ia tidak lagi bebas untuk membeli atau tidak membeli. Seandainya ia jadi membeli, ia juga bebas menentukan produk mana yang akan dibeli.

5. Hak untuk Mendapatkan Produk Barang atau Jasa Sesuai dengan Nilai Tukar yang Diberikan.

Dengan hak ini berarti konsumen harus dilindungi dari permainan harga yang tidak wajar. Dengan kata lain, kuantitas dan kualitas barang atau jasa yang dikonsumsi harus sesuai dengan nilai uang yang dibayar sebagai penggantinya.

6. Hak untuk Mendapatkan Ganti Kerugian

Jika konsumen merasakan kuantitas dan kualitas barang atau jasa yang dikonsumsi tidak sesuai dengan nilai tukar yang diberikannya, ia berhak mendapatkan ganti kerugian yang pantas. Jenis dan jumlah ganti kerugian itu tentu saja harus sesuai dengan ketentuan yang berlaku atau atas kesepakatan masing-masing pihak.

7. Hak untuk Mendapatkan Penyelesaian Hukum

Hak untuk mendapatkan ganti kerugian harus ditempatkan lebih tinggi dari pada hak pelaku usaha (produsen/penyalur produk) untuk membuat klausul eksonerasi secara sepihak. Jika permintaan yang diajukan konsumen dirasakan tidak mendapat tanggapan yang layak dari pihak terkait dalam hubungan hukum dengannya, maka konsumen berhak mendapatkan penyelesaian hukum, termasuk advokasi.

8. Hak untuk Mendapatkan Lingkungan Hidup yang Baik dan Sehat

Hak konsumen atas lingkungan yang baik dan sehat merupakan hak yang diterima sebagai salah satu hak dasar konsumen oleh berbagai organisasi konsumen di dunia. Lingkungan hidup yang baik dan sehat berarti sangat luas, dan setiap makhluk hidup adalah konsumen atas lingkungan hidupnya.

9. Hak untuk Dilindungi dari Akibat Negatif Persaingan Curang

Jika terjadi persaingan antara pelaku usaha, dampak persaingan itu selalu dirasakan oleh konsumen. Jika persaingan sehat, konsumen memperoleh keuntungan. Sebaliknya jika persaingan curang konsumen pula yang dirugikan. Kerugian itu boleh jadi tidak dirasakan dalam jangka pendek tetapi cepat atau lambat pasti terjadi.

10. Hak untuk Mendapatkan Pendidikan konsumen

Dalam banyak hal, pelaku usaha terikat untuk memperhatikan hak konsumen untuk mendapatkan “pendidikan konsumen” ini. Pengertian “pendidikan” tidak harus diartikan sebagai proses formal yang dilembagakan.¹¹

2.2.2 Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis

Etika secara terminologis ialah “*The systematic study of the nature of value concepts, good, bad, ought, right, wrong, etc, And of the general principles which justify, us in applying them to anything; also called moral philosophy*”. Artinya : Etika merupakan studi sistematis tentang tabiat konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah, dan lain sebagainya. Dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita untuk mengaplikasikannya atas apa saja.¹² Di sini etika dapat dimaknai sebagai dasar moralitas seseorang dan disaat bersamaan juga sebagai filsufnya dalam berperilaku.

¹¹Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Sinar Grafika, 2018), h. 33-40.

¹²Faisal Badroen., et al., eds., *Etika Bisnis Dalam Islam* (Cet. II; Jakarta: Kencana, 2007), h. 5.

Pada dasarnya, etika berpengaruh terhadap para pelaku bisnis, terutama dalam hal kepribadian, tindakan dan perilakunya. Secara etimologi, etika identic dengan moral, karena telah umum diketahui bahwa istilah moral berasal dari kata “*moes*” (dalam bentuk tunggal) dan *mores* (dalam bentuk jamak) dalam bahasa latin yang artinya kebiasaan atau cara hidup.¹³ Dari uraian tersebut di atas maka dapat didefenisikan Etika Bisnis ialah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas.¹⁴ Prinsip-prinsip moralitas bagi pelaku bisnis sangat dibutuhkan dalam menjalankan setiap usaha yang dilakukan.

2. Macam-macam Etika dalam Bisnis

2.1 Etika dalam Kegiatan Produksi

Menurut para ahli ekonomi defenisi produksi ialah menciptakan kekayaan melalui eksploitasi manusia terhadap sumber-sumber kekayaan lingkungan. Kekayaan alam ini meliputi kekayaan flora dan fauna.¹⁵ Kegiatan produksi berarti membuat nilai yang bermanfaat atas suatu barang atau jasa, produksi dalam hal ini tidak diartikan dengan membentuk fisik saja.¹⁶ Sehingga kegiatan produksi ini mempunyai fungsi menciptakan barang dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan. Berkaitan dengan etika produksi ini Allah berfirman dalam Q.S Al-Baqarah/2: 29.

¹³A. Kadir, *Hukum Bisnis Syariah dalam Al-Quran*, h. 47.

¹⁴Faisal Badroen., et al., eds., *Etika Bisnis Dalam Islam*, h. 15.

¹⁵Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta, unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN), h. 103.

¹⁶Mustafa Edwin Nasution., et al., eds., *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam* (Kencana Perdana Media Group, 2010), h. 102

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ اسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ
سَمَاوَاتٍ ۗ وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Terjemahnya:

Dia-lah Allah, yang menciptakan segala apa yang ada di bumi untukmu kemudian dia menuju ke langit, lalu dia menyempurnakan-Nya menjadi tujuh langit. Dan dia Maha mengetahui segala sesuatu.¹⁷

Jadi, akhlak utama yang wajib diperhatikan oleh kaum muslimin dalam produksi, baik secara individual maupun secara bersama ialah bekerja pada bidang yang dihalalkan oleh Allah swt.¹⁸ Tidak melampaui apa yang diharamkan-Nya menurut Qardhawi, tujuan produksi ialah untuk memenuhi kebutuhan setiap individu serta mewujudkan kemandirian umat.

2.2 Etika dalam Kegiatan Pemasaran

Bisnis tidak dapat dipisahkan dari aktifitas pemasaran. Sebab pemasaran merupakan aktifitas perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan atas program-program yang dirancang untuk menghasilkan transaksi pada target pasar, guna memenuhi kebutuhan perorangan atau kelompok berdasarkan asas saling menguntungkan, melalui pemanfaatan produk, harga, promosi, dan distribusi. Namun aktifitas pemasaran harus selalu mengedepankan konsep islami yang mengharapkan rahmat dan ridha dari Allah swt. Dengan demikian, aktifitas pemasaran harus didasari pada etika dalam bauran pemasarannya yang diklasifikasikan sebagai berikut:

¹⁷Kementrian Agama, *Al-Quran dan Terjemahnya* (Jakarta: CV Darus Sunnah, 2007), h. 107.

¹⁸Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta, unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN), h. 103.

2.2.1 Etika pemasaran dalam konteks produk

1. Produk dan halal dan *thoyyib*
2. Produk yang berguna dan dibutuhkan
3. Produk yang berpotensi ekonomi dan benefit
4. Produk yang bernilai tambah yang tinggi
5. Dalam jumlah yang berskala ekonomi dan sosial
6. Produk yang dapat memuaskan masyarakat

2.2.2 Etika pemasaran dalam konteks harga

1. Beban biaya produksi yang wajar
2. Sebagai alat kompetisi yang sehat
3. Diukur dengan kemampuan daya beli masyarakat
4. Margin perusahaan yang layak
5. Sebagai alat daya tarik bagi konsumen

2.2.3 Etika pemasaran dalam konteks distribusi

1. Kecepatan dan ketetapan waktu
2. Keamanan dan keutuhan barang
3. Sarana kompetisi memberikan pelayanan kepada masyarakat
4. Konsumen mendapat pelayanan tepat dan cepat

2.2.4 Etika pemasaran dalam konteks promosi

1. Sarana memperkenalkan barang
2. Informasi kegunaan dan kualifikasi barang
3. Saran daya tarik barang terhadap kosumen

4. Informasi fakta yang ditopang kejujuran¹⁹

2.3 Etika dalam kegiatan konsumsi

Konsumsi merupakan hal utama dalam kegiatan produksi, karena pengonsumsilah yang mendorong terjadinya proses produksi dalam sebuah kegiatan bisnis yang disebut dengan konsumen. Tujuan utama konsumen ialah mencari kepuasan tertinggi dari barang atau jasa yang memenuhi kriteria kepuasan. Meskipun demikian konsumen tetap harus mempertimbangkan *mashlahah* dari pada *utilitas*. Pencapaian *mashlahah* merupakan tujuan dari syariat Islam yang tentu saja harus menjadi tujuan utama dari kegiatan konsumsi.

Jadi, konsumen tidak boleh melupakan *mashlahah* dalam kegiatan konsumsi hanya untuk memuaskan diri sendiri, jika berbelanja hendaklah mendahulukan kepentingan dari pada keinginan, karena keinginan sifatnya tidak terbatas dan akan membawa kepada sifat boros.

3. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

3.1 Kesatuan (*Unity*)

Kesatuan ialah prinsip-prinsip yang terelefsikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek dalam kehidupan manusia, baik dalam bidang politik, sosial, dan ekonomi yang menjadi kesatuan yang homogeny dan konsisten secara teratur dan menyeluruh. Dari konsep ini maka Islam menawarkan keterpaduan agama, ekonomi, dan social demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan inilah

¹⁹Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta, unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN), h. 100-101

etika dan bisnis menjadi terpadu sehingga membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam bisnis system Islam.

3.2 Keseimbangan (*Equilibrium*)

Keseimbangan (*'adl*) ialah keadilan dan kesetaraan. Prinsip ini menuntut agar setiap orang tidak terkecuali bagi para pelaku bisnis untuk tetap berlaku adil bahkan kepada pihak yang tidak disukai., karena Islam mengharuskan penganutnya untuk tetap berlaku dan berbuat kebajikan. Dalam perniagaan, persyaratan adil yang paling mendasar ialah dalam bentuk mutu (kualitas) dan ukuran (kuantitas) pada setiap takaran maupun timbangan. Sebagaimana Allah swt berfirman dalam Q.S Al-An'aam/6: 152.

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ
بِالْقِسْطِ لَا تُكَلِّفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدِلُوا وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ وَبِعَهْدِ اللَّهِ
أَوْفُوا ذَلِكُمْ وَصَّاكُمْ بِهِ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Terjemahnya:

Dan janganlah kamu dekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, hingga sampai ia dewasa. Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kamu tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar kesanggupannya. Dan apabila kamu berkata, maka hendaklah kamu berlaku adil, kendatipun ia adalah kerabat(mu), dan penuhilah janji Allah. Yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat.²⁰

²⁰Kementrian Agama, *Al-Quran dan Terjemahannya* (Jakarta: CV Darus Sunnah, 2007), h. 199.

Konsep keseimbangan ini juga dapat dipahami bahwa keseimbangan hidup di dunia dan akhirat harus disusun oleh para pelaku bisnis muslim. Oleh karena itu, konsep keseimbangan berarti mengingatkan kepada para pengusaha muslim agar tindakan-tindakan dalam bisnis dapat membawa orang lain kepada kesejahteraan duniawi serta keselamatan akhirat.

3.3 Kehendak Bebas (*Free Will*)

Berdasarkan prinsip ini, manusia dianugrahi kehendak bebas untuk membimbing kehidupannya sebagai khalifah yang dalam dunia bisnis mempunyai kebebasan untuk membuat suatu perjanjian atau tidak, melaksanakan bentuk aktivitas bisnis tertentu, serta berkreasi untuk mengembangkan potensi bisnis yang ada. Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, yang terpenting kebebasan itu tidak akan merugikan kepentingan kolektif. Kebebasan individu dibuka lebar dan tidak ada batasan bagi seseorang untuk aktif berkarya dan bekerja sesuai dengan potensi yang dimilikinya.

3.4 Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Kebebasan tanpa batas adalah hal yang sangat mustahil dilakukan jika tidak ada pertanggungjawaban. Kebebasan yang dimiliki manusia dalam menggunakan potensi sumber daya haruslah memiliki batasan tertentu dan tidak digunakan sebebas-bebasnya melainkan dibatasi oleh koridor hukum, norma, dan etika yang harus dipatuhi serta pertanggungjawaban atas semua yang dilakukan. Apabila sumber daya digunakan untuk kegiatan bisnis yang halal maka cara pengelolannya juga harus benar, adil, dan mendatangkan manfaat yang optimal bagi seluruh masyarakat.

3.5 Kebenaran

Kebenaran dalam hal ini ialah lawan kata dari kesalahan yang mengandung unsur kebajikan dan kejujuran yang tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Kebajikan ialah sikap *ikhshan* yang artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain. sedangkan, kejujuran ialah menunjukkan sikap jujur dalam semua proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya unsur penipuan. Sikap seperti ini dalam khazanah Islam disebut amanah.

Dalam dunia bisnis kebenaran yang dimaksud ialah kemurahan hati, motif pelayanan, kesadaran akan adanya Allah dan aturan yang menjadi prioritas perilaku yang benar.²¹ Yang meliputi proses akad (transaksi), proses mencari dan memperoleh komoditas, serta proses usaha pengembangan untuk meraih keuntungan (laba).

2.2.3 Jual Beli

1. Pengertian Jual Beli

Jual beli (*al-bay'*) secara bahasa artinya memindahkan hak milik terhadap benda dengan akad saling mengganti, dikatakan: "*ba'a asy-syaia*" jika dikeluarkan dari hak miliknya, dan *ba'ahau* jika dibeli dan dimasukkan kedalam hak miliknya, dan ini masuk dalam kategori nama-nama yang memiliki lawan kata jika disebut mengandung makna dan lawannya seperti perkataan Al-Quran yang berarti haid dan suci. Demikian juga dengan perkataan *syara'* artinya mengambil dan *syara'* artinya menjual. Defenisi jual beli ini merupakan padanan kata *syira'* (membeli) dan

²¹Faisal Badroen., et al., eds., *Etika Bisnis Dalam Islam*, h. 89-102.

padanaan sesuatu yang berbeda dan bergabung dengannya dibawah naungan dalil global. Dengan begitu akan terdiri dari dua bagian yang satunya adalah menjual (*al-bai'a*) dan orang yang menjualnya dinamakan sebagai *ba'i'an* (penjual).

Adapun sebagian ulama memberikan defenisi mengenai jual beli adalah menukar suatu harta dengan harta yang lain dengan cara khusus merupakan defenisi yang bersifat toleran karena menjadikan jual beli sebagai saling menukar, sebab pada dasarnya akad tidak harus ada saling tukar akan tetapi menjadi bagian dari konsekuensinya, kecuali jika dikatakan “akad yang mempunyai sifat saling tukar menukar artinya menuntut adanya satu pertukaran”.²²

Jual beli ialah memindahkan hak milik terhadap benda dengan akad saling mengganti atau dapat pula diartikan saling tukar harta melalui cara tertentu atau tukar menukar sesuatu yang diinginkan dengan yang sepadan melalui cara tertentu yang bermanfaat dan sesuai dengan syarat Islam. Sebagaimana Allah swt. Berfirman dalam Q.S al-Fatir/35: 29.

إِنَّ الَّذِينَ يَتْلُونَ كِتَابَ اللَّهِ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَنْفَقُوا مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا وَعَلَانِيَةً يَرْجُونَ
تِجَارَةً لَّنْ تَبُورَ

Terjemahnya:

Sesungguhnya orang-orang yang selalu membaca kitab Allah dan mendirikan shalat dan menafkahkan sebahagian dari rezki yang kami anugerahkan kepada mereka dengan diam-diam dan terang-terangan, mereka itu mengharapkan perniagaan yang tidak akan merugi.²³

²²Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamalat* (Ed. I; Cet I; Jakarta: Amzah, 2010), h. 23.

²³Kementrian Agama, *Al-Quran dan Terjemahannya* (Jakarta: CV Darus Sunnah, 2007), h. 620.

Dari beberapa defenisi di atas dapat dipahami bahwa inti jual-beli ialah suatu perjanjian tukar-menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela diantara kedua belah pihak, yang satu memberi benda dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah diberikan *syara'* dan disepakati. Sesuai dengan ketepatan hukum maksudnya ialah memenuhi persyaratan-persyaratan, rukun-rukun, dan hal-hal lain yang ada kaitannya dengan jual beli sehingga bila syarat-syarat dan rukunnya tidak terpenuhi berarti tidak sesuai dengan kehendak *syara'*.

2. Dasar Hukum Jual Beli

Jual beli merupakan sarana tolong-menolong antara sesama umat manusia dalam mencukupi kebutuhan hidup mereka. Jadi jual beli yang dilakukan harus mempunyai landasan yang kuat dalam Al-Quran. Terhadap beberapa ayat Al-Quran yang berbicara tentang jual beli, antara lain:

a. Surah Al-Baqarah/2: 275.

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۗ
 ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۗ فَمَنْ جَاءَهُ
 مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۗ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ

النَّارِ ۗ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Terjemahnya:

Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharapakan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.

b. Surah Al-Baqarah/2: 198.

يَسْ عَلَىكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِنْ رَبِّكُمْ ۚ فَإِذَا أَفَضْتُمْ مِنْ عَرَفَاتٍ فَاذْكُرُوا اللَّهَ

عِنْدَ الْمَشْعَرِ الْحَرَامِ ۖ وَادْكُرُوهُ كَمَا هَدَاكُمْ وَإِنْ كُنْتُمْ مِنْ قَبْلِهِ لَمَنِ الضَّالِّينَ

Terjemahnya:

Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezki hasil perniagaan) dari Tuhanmu. Maka apabila kamu telah bertolak dari ‘Arafat, berdzikirlah kepada Allah di Masy’arilharam dan berzikirlah (dengan menyebut) Allah sebagaimana yang ditunjukkan-Nya kepadamu; dan sesungguhnya kamu sebelum itu benar-benar termasuk orang-orang yang sesat.

c. Surah An-Nisa’/4: 29.

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

مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemahnya:

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta anak sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang.²⁴

3. Rukun dan Syarat Jual Beli

²⁴Kementrian Agama, *Al-Quran dan Terjemahannya* (Jakarta: CV Darus Sunnah, 2007), h. 58, 38, 107.

1. Rukun Jual Beli

Jual beli mempunyai rukun dan syarat yang harus dipenuhi, sehingga jual beli itu dapat dikatakan sah oleh *syara'*.

Adapun rukun jual beli terdiri atas tiga macam²⁵ yaitu:

A. *Ijab dan Qabul*

a. Pengertian *Ijab dan Qabul*

Ijab ialah menetapkan perbuatan yang khusus menunjukkan kerelaan, yang timbul pertama dari salah satu pihak yang melakukan akad berupa pernyataan yang disampaikan pertama oleh satu pihak yang menunjukkan kerelaan, baik dinyatakan oleh penjual maupun pembeli.

Qabul ialah pernyataan yang disebutkan kedua dari pembicaraan salah satu pihak yang melakukan akad berupa jawaban atas persetujuan atas *ijab* yang telah ditetapkan.

b. *Shighat Ijab dan Qabul*

Shighat akad ialah bentuk ungkapan dari *ijab* dan *qabul* apabila akadnya akad *iltizam* yang dilakukan oleh dua pihak, atau *ijab* saja apabila akadnya akad *iltizam* yang dilakukan oleh satu pihak.

Untuk terwujudnya suatu akad diperlukan adanya sikap yang menunjukkan kerelaan atau persetujuan kedua belah pihak untuk merealisasikan kewajiban diantara mereka, yang oleh para ulama disebut *shighat* akad. Dalam *shighat* akad

²⁵Ibn Mas'ud, *Fiqh Mazhab Syafi'i* (Bandung; Pustaka Setia, 2007), h. 26.

disyaratkan harus timbul dari pihak-pihak yang melakukan akad menurut cara yang dianggap sah oleh *syara'*. Cara tersebut adalah bahwa akad harus menggunakan lafal yang menunjukkan kerelaan dari masing-masing pihak untuk saling tukar-menukar kepemilikan dalam harta, sesuai dengan adat kebiasaan yang berlaku.

c. Sifat *Ijab* dan *Qabul*

Akad terjadi karena adanya *ijab* dan *qabul*. Apabila *ijab* sudah diucapkan tetapi *qabul* belum keluar maka *ijab* belum mengikat. Apabila *ijab* sudah disambut dengan *qabul* maka akad akan langsung mengikat, hal tersebut dikarenakan akad jual beli merupakan akad *mu'awadah*, yang langsung mengikat setelah kedua pihak melakukan akad menyatakan *ijab* dan *qabul*-nya.

B. *Aqid* (Penjual dan Pembeli)

Rukun jual beli yang kedua ialah *aqid* atau juga disebut dengan orang yang melakukan akad (penjual dan pembeli).

C. *Ma'qud 'Alaih* (Objek *Aqad* Jual Beli)

Ma'qud 'Alaih ialah objek yang menjadi sasaran akad atau barang yang dijual (*mabi'*) dan harga/uang (*tsaman*).²⁶ Jadi, dalam proses jual beli yang tidak mempunyai *Ma'qud 'Alaih* atau objek *aqad* jual beli, maka jual beli tersebut dikatakan haram karena tidak memenuhi syarat- syarat yang dianjurkan dalam Agama Islam.

2. Syarat Jual Beli

²⁶Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat* (Cet. I; Jakarta: Amzah, 2010), h. 180-186.

Adapun syarat-syarat jual beli menurut jumhur ulama ialah sebagai berikut:

a. Syarat-syarat Orang yang Berakad

1. Berakal, ialah seseorang yang telah baligh maka sah melakukan akad jual beli.
2. Yang melakukan akad adalah orang yang berbeda ialah seseorang tidak dapat bertindak sebagai pembeli dan penjual.

b. Syarat-syarat yang Terkait dengan *Ijab Qabul*

- a. Orang yang mengucapkan telah baligh dan berakal.
- b. *Qabul* sesuai dengan *ijab*.
- c. *Ijab* dan *Qabul* dilakukan dalam satu majelis, ialah kedua belah pihak yang melakukan akad hadir dan membicarakan topic yang sama.

c. Syarat-syarat Barang yang Diperjualbelikan (*Ma'qud 'Alaih*)

1. Barang itu ada, atau tidak ada di tempat, tetapi pihak penjual menyatakan kesanggupannya untuk mengadakan barang tersebut.
2. Dapat dimanfaatkan dan bermanfaat bagi manusia, oleh karena itu bangkai, khamar dan darah tidak sah menjadi objek jual beli.
3. Milik seseorang, barang yang sifatnya belum dimiliki seseorang tidak boleh diperjualbelikan.
4. Boleh diserahkan saat akad berlangsung atau pada waktu yang disepakati bersama ketika transaksi berlangsung.

d. Syarat-syarat Nilai Tukar (Harga Barang)

1. Harga yang disepakati kedua belah pihak harus jelas jumlahnya.

2. Boleh diserahkan pada waktu akad, sekalipun pembayarannya melalui cek dan kartu kredit.
3. Jual beli yang dilakukan dengan saling bertukar barang (*al-muqayadhah*) harus dengan barang yang tidak diharamkan oleh *syara'*.²⁷

Selain syarat-syarat yang telah diuraikan di atas para ulama *fiqh* juga mengemukakan bahwa jual beli dianggap sah apabila:

1. Jual beli itu terhindar dari cacat, seperti kriteria barang yang diperjualbelikan itu tidak diketahui baik jenis, kualitas, maupun kuantitasnya. Jumlah harga tidak jelas jual beli itu mengandung unsur paksaan, tipuan, mudarat, serta adanya syarat-syarat lain yang membuat jual beli itu rusak.
2. Jual beli baru boleh dilakukan apabila yang berakad mempunyai kekuasaan untuk melakukan jual beli. Misalnya, apabila barang yang akan dijual adalah milik orang lain maka akad tidak boleh dilaksanakan apabila dia memiliki kekuasaan untuk melaksanakan akad.
3. Akad jual beli harus mempunyai kekuatan hukum yang mengikat dan terbebas dari segala macam *khiyar* (hak pilih untuk meneruskan atau membatalkan jual beli).²⁸ Apabila jual beli itu masih memiliki hak *khiyar*, maka jual beli itu belum mengikat dan masih boleh dibatalkan.

4. Macam-macam Jual Beli

Ada tiga macam jual beli:

²⁷Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalat* (Cet. II; Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), h. 115.

²⁸Abdul Rahman Ghazaly, et al., eds., *Fiqh Muamalat*, h. 71-78.

- 4.1 Menjual barang yang dapat dilihat, hukumnya boleh jika barang yang dijual suci, bermanfaat dan memenuhi rukun jual beli.
- 4.2 Menjual sesuatu yang ditentukan sifatnya dan diserahkan kemudian, ini adalah salam (pembayarannya lebih didahulukan diawal jual beli), hukumnya boleh.
- 4.3 Menjual barang yang tidak ada dan tidak dapat dilihat oleh penjual dan pembeli atau salah satu dari mereka, atau barangnya ada tetapi tidak diperlihatkan. Maka jual beli itu tidak boleh karena penjualan yang tersembunyi itu dilarang. Penjualan gharar adalah penjualan yang tidak diketahui.²⁹ Karena penjualan semacam ini sangat ditakutkan dan bisa terjadi kemudharatan umat apabila barang yang dibeli tidak sesuai dengan keinginan pembeli.

5. Bentuk-Bentuk Jual Beli yang Dilarang

Dalam melakukan proses jual beli tidak selamanya bahwa semua jual beli itu diperbolehkan, akan tetapi ada pula jual beli yang dilarang karena suatu hal tertentu yang diperkirakan akan merugikan orang lain dan mengandung kemudharatan, dan jual beli yang dilarang ialah terbagi atas dua:

5.1 Jual Beli terlarang karena tidak memenuhi syarat dan rukun yaitu:

1. Jual beli yang zatnya haram, najis, atau tidak boleh diperjualbelikan, seperti babi, berhala, bangkai, dan khamar(minuman yang memabukkan).

²⁹Sohari Sahrani, *Fiqh Muamalat* (Cet. I; Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), h. 71.

2. Jual beli yang belum jelas, seperti jual beli buah-buahan yang belum tampak hasilnya dan jual beli barang yang belum tampak.
3. Jual beli bersyarat ialah jual beli yang *ijab qabulnya* dikaitkan dengan syarat-syarat tertentu yang tidak ada kaitannya dengan jual beli atau ada unsur-unsur yang merugikan dan dilarang oleh agama.
4. Jual beli yang menimbulkan kemudharatan, kemaksiatan, bahkan kemusyrikan. Seperti jual beli patung, salib, dan buku-buku bacaan porno.
5. Jual beli yang dilarang karena dianiaya, seperti menjual anak binatang yang masih bergantung pada induknya.
6. Jual beli *muhaqalah*, ialah menjual tanaman-tanaman yang masih ada di sawah atau diladang.
7. Jual beli *mukhadharah*, ialah menjual buah-buahan yang masih hijau dan belum pantas dipanen.
8. Jual beli *mulamasah*, ialah jual beli secara sentuh menyentuh, misalnya seseorang yang menyentuh sehelai kain dengan tangannya, maka orang tersebut otomatis telah membeli kain ini.
9. Jual beli *munabadzah*, ialah jual beli secara lempar melempar yaitu dua orang saling melempar barang dan setelah terjadi lempar melempar terjadilah jual beli.
10. Jual beli *muzabanah*, ialah menjual buah yang basah dengan buah yang kering. Seperti menjual padi yang kering dengan bayaran padi basah sedang ukuran timbangannya sama, sehingga akan merugikan pemilik padi basah.

5.2 Jual beli terlarang karena ada faktor lain yang merugikan pihak-pihak terkait:

1. Jual beli dari orang yang masih dalam tawar-menawar. Apabila ada dua orang masih tawar menawar atas sesuatu barang, maka terlarang bagi orang lain untuk membeli barang itu, sebelum penawaran pertama diputuskan.
2. Jual beli dengan menghadang dagangan di luar kota/pasar, ialah menguasai barang sebelum sampai kepasar agar dapat membelinya dengan harga murah kemudian menjual di pasar dengan harga yang lebih tinggi.
3. Membeli barang dengan memborong untuk ditimbun, kemudian akan dijual ketika harga naik karena kelangkaan barang tersebut.
4. Jual beli barang rampasan atau curian. Jika si pembeli telah mengetahui bahwa barang tersebut barang curian/rampasan, maka keduanya telah bekerja sama dalam perbuatan dosa.³⁰ Karena dalam jual beli ini yang apabila mereka kedua belah pihak mengetahui tentang asal mula barang tersebut tapi tidak dipedulikan, maka mereka telah berserikat melakukan perbuatan dosa, dan jual beli ini sifatnya haram.

Untuk menghindari hal-hal tersebut di atas maka perlu adanya kesadaran dari masyarakat itu sendiri akan arti pentingnya kejujuran dalam melakukan kegiatan bisnis, baik itu kecil maupun besar, masyarakat harus cakap dalam menentukan segala sesuatu yang harus dilakukan dan tidak harus dilakukan agar tidak ada pihak

³⁰Abdul Rahman Ghazaly, et., Eds., *Fiqh Muamalat*, h. 81-87.

yang merasa dirugikan dan tidak akan menimbulkan kemudharatan bagi umat manusia.

2.3 Tinjauan Konseptual

Penelitian ini berjudul Perlindungan Konsumen terhadap Layanan Usaha Gorengan Berdasarkan Etika Bisnis Islam (Studi di Kota Parepare), dan untuk lebih memahami maksud dari penelitian tersebut maka penulis akan memberikan definisi dari masing-masing kata yang terdapat dalam judul penelitian tersebut, yakni:

- 2.3.1 perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.
- 2.3.2 Etika Bisnis Islam ialah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas yang sesuai dengan syariat Islam.³¹
- 2.3.3 Konsumen adalah setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam lingkungan masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lainnya dan tidak untuk diperdagangkan atau diperjual belikan.³²
- 2.3.4 Bisnis gorengan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah penjual gorengan yang memperdagangkan jualannya di Parepare.

³¹Faisal Badroen, et al., eds., *Etika Bisnis dalam Islam*, h. 15.

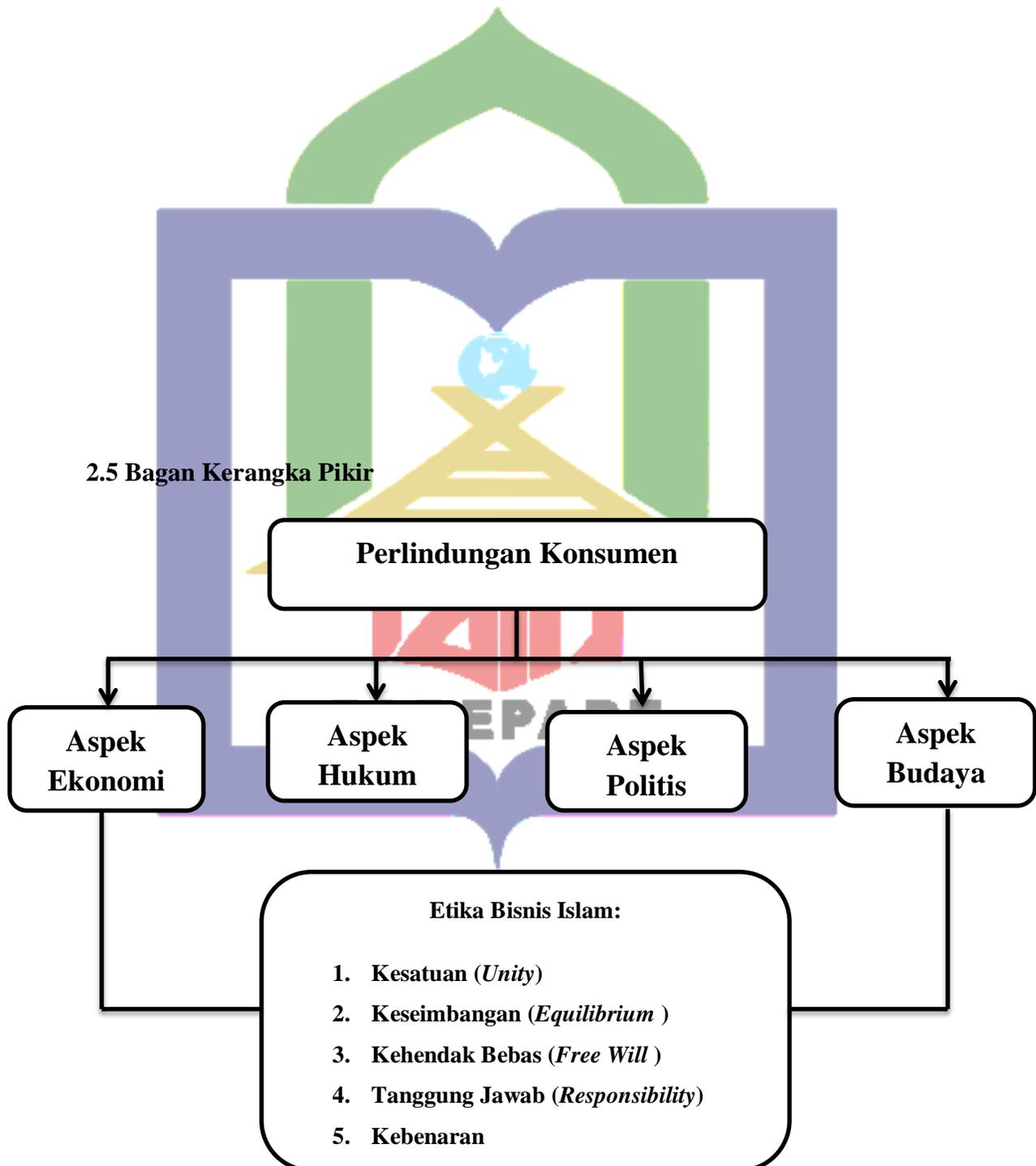
³²Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Sinar Grafika, 2018), h. 27.

Berdasarkan pengertian-pengertian tersebut di atas, maka yang penulis maksudkan dalam judul “Perlindungan Konsumen terhadap Layanan Usaha Gorengan Berdasarkan Etika Bisnis Islam (Studi di Kota Parepare)” ialah menyelidiki dengan sebenarnya etika bisnis terhadap perlindungan konsumen pada penjual gorengan di Parepare.

2.4 Kerangka Pikir

Perlindungan terhadap konsumen dipandang secara material maupun formal makin terasa sangat penting, mengingat makin lajunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang merupakan motor penggerak bagi produktivitas dan efisiensi produsen atas barang atau jasa yang dihasilkannya dalam rangka mencapai sasaran usaha. Dalam rangka mengejar dan mencapai kedua hal tersebut, akhirnya baik langsung atau tidak langsung, konsumenlah yang pada umumnya akan merasakan dampaknya. Dengan demikian, upaya-upaya untuk memberikan perlindungan yang memadai terhadap kepentingan konsumen merupakan suatu hal yang penting dan mendesak untuk segera dicari solusinya. Kerangka pikir ini dimaksudkan sebagai landasan sistematis berpikir dan mengurangi masalah-masalah yang dibahas dalam penelitian ini.

2.5 Bagan Kerangka Pikir



↓
Usaha Gorengan di Parepare



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Desain Penelitian

Berpijak pada masalah dan tujuan yang telah dirumuskan, maka jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Dengan melakukan pendekatan deskriptif kualitatif yang didapatkan langsung dari para penjual yang menjalankan aktivitasnya sebagai penjual gorengan di Parepare. Data yang akan nantinya didapatkan disini sangat dibutuhkan untuk menganalisa etika berbisnis para penjual gorengan jika ditinjau berdasarkan etika bisnis dan prinsip-prinsip etika bisnis Islam. namun, tidak bisa terlepas juga dari penelitian kepustakaan (*library research*) karena dapat menjadi rujukan untuk mencari literature-literatur dalam mengumpulkan data yang berbicara tentang etika bisnis Islam dan hal-hal lain yang berkaitan dengannya.

3.2 Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini akan dilakukan di Parepare. Setelah melakukan proses pembuatan proposal penelitian yang merupakan acuan untuk melakukan penelitian maka peneliti akan melakukan penelitian setelah proposal diseminarkan dan telah mendapat surat izin penelitian selama kurang lebih dua bulan.

3.3 Fokus Penelitian

Penelitian yang dilakukan penulis akan berfokus pada perlindungan konsumen terhadap layanan usaha gorengan di Paarepare, di mana studi ini

membahas tentang bisnis yang dilakukan berdasarkan tinjauan etika bisnis Islam dan prinsip etika bisnis Islam.

3.4 Jenis dan Sumber Data yang Digunakan

Sumber data adalah semua keterangan yang diperoleh dari responden maupun yang berasal dari dokumen-dokumen baik dalam bentuk statistik atau dalam bentuk lainnya guna keperluan penelitian tersebut.³³ Dalam penelitian ada dua sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

3.4.1 Data Primer

1. Pedagang Gorengan
2. Pelanggan

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data penelitian yang dapat diperoleh secara tidak langsung atau melalui perantara. Dalam hal ini data sekunder yang dimaksud adalah dokumentasi-dokumentasi yang diharapkan dapat memberi informasi pelengkap dalam penelitian. Data sekunder yang dapat diperoleh antara lain berasal dari:

1. Buku-buku yang terkait tentang etika bisnis Islam dan jual beli
2. Kepustakaan, internet, serta artikel yang terkait dengan penelitian ini.

³³Joko Subagyo, *Metode Penelitian (Dalam teori praktek)* (Jakarta, Rineka Cipta, 2006), h. 37.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data dalam penelitian ini antara lain:

- 3.5.1 Metode observasi langsung yaitu metode pengumpulan data dengan cara mengamati serta mencatat semua fenomena yang terjadi. Pengamatan akan fenomena itu dikhususkan kepada masalah tentang bagaimana perlindungan konsumen terhadap layanan usaha gorengan di kota Parepare.
- 3.5.2 Metode wawancara (*interview*) yaitu mendapatkan keterangan dengan cara bertemu langsung dengan responden dan melakukan Tanya jawab antara penanya dengan responden (penjual dan konsumen) guna untuk mendapatkan keterangan-keterangan yang berguna untuk tujuan penelitian.
- 3.5.3 Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data berupa dokumen penting yang berhubungan dengan apa yang diteliti atau di perlukan untuk penelitian, seperti catatan, data arsip, serta catatan lain yang berkaitan dengan objek penelitian di lapangan.³⁴

3.6 Teknik Analisi Data

Analisis data merupakan kegiatan lanjutan setelah pengumpulan data dilaksanakan untuk memberikan interpretasi terhadap data yang telah diperoleh dan disusun untuk mendapatkan kesimpulan yang valid. Dalam pengelolaan menganalisis

³⁴Masyhuri dan Zainuddin, *Metode Penelitian (Pendekatan Praktis dan Apikatif)* (Jakarta: Rineka Cipta, 2005), h. 30.

data penulis menempuh beberapa cara-cara yang dapat digunakan dalam menganalisis data yang telah diperoleh diantaranya sebagai berikut:

3.6.1 Analisis Indektif

Analisis induktif adalah suatu proses yang dapat digunakan untuk menganalisis data berdasarkan pada pendapat yang sifatnya khusus kemudian menarik kesimpulan yang bersifat umum.

3.6.2 Analisis Deduktif

Dalam menganalisis data yang menggunakan analisis deduktif yaitu cara berfikir dengan cara menganalisis data-data yang bersifat umum yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi beserta dokumentasi, kemudian ditarik kesimpulan yang bersifat khusus atau berangkat dari kebenaran yang bersifat umum mengenai suatu fenomena dan mengeneralisasikan kebenaran tersebut pada suatu peristiwa atau data tertentu yang berindikasi sama dengan fenomena yang bersangkutan.³⁵ Dalam memproses data dengan cara mengumpulkan semua data yang didapatkan dari kegiatan observasi dan wawancara di lapangan, setelah itu kemudian data akan dibaca dan diamati secara mendalam, dan analisis data dapat dilakukan ketika peneliti menemukan data di lapangan, data tersebut kemudian dianalisa sesuai dengan rumusan masalah.

³⁵ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Cet. II; Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2000), h. 40.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Perkembangan dan pembangunan perekonomian umumnya dan khususnya dibidang perindustrian dan perdagangan nasional telah menghasilkan berbagai variasi barang atau jasa yang dapat dikonsumsi. Disamping itu, globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi dan informatika telah memperluas ruang gerak harus transaksi barang atau jasa melintas batas-batas wilayah suatu Negara, sehingga barang atau jasa yang ditawarkan bervariasi baik produksi luar negeri maupun produksi dalam negeri.

Kondisi yang demikian pada suatu pihak mempunyai manfaat bagi konsumen karena kebutuhan konsumen akan barang atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi serta semakin terbuka lebar kebebasan untuk memilih aneka jenis dan kualitas barang atau jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen.

4.1.1 Perlindungan Konsumen Terhadap Layanan Usaha Gorengan di Kota Parepare Berdasarkan Etika Bisnis Islam.

Konsumen menurut UU No. 8 Tahun 1999 tentang hukum perlindungan konsumen dalam pasal 1 ayat (2) yakni: Konsumen adalah setiap orang pemakai barang/jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.³⁶

³⁶Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Sinar Grafika, 2018), h. 27.

Perlindungan terhadap konsumen dipandang secara material maupun formal makin terasa sangat penting, mengingat makin lajunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang merupakan motor penggerak bagi produktivitas dan efisiensi produsen atas barang atau jasa yang dihasilkannya dalam rangka mencapai sasaran usaha. Adapun perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha yaitu:

1.1 pelaku usaha dilarang memproduksi atau memperdagangkan barang dan jasa yang:

- 1.1.1 tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan per undang-undangan.
- 1.1.2 Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut.
- 1.1.3 Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan, dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya.
- 1.1.4 Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan, atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket, atau keterangan barang atau jasa tersebut.
- 1.1.5 Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dengan label atau keterangan barang atau jasa tersebut.
- 1.1.6 Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal.

1.2 pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang yang dimaksud. Barang-barang yang dimaksud adalah barang-barang yang tidak membahayakan konsumen dan sesuai dengan ketentuan per undang-undangan yang berlaku.

1.3 Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan pangan rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.

1.4 Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.³⁷

Dalam rangka mengejar dan mencapai perlindungan terhadap konsumen dipandang secara material maupun formal, akhirnya baik langsung atau tidak langsung, konsumenlah yang pada umumnya akan merasakan dampaknya. Dengan demikian, upaya-upaya untuk memberikan perlindungan yang memadai terhadap kepentingan konsumen merupakan suatu hal yang penting dan mendesak untuk segera dicari solusinya.

Adapun aspek-aspek yang mempengaruhi perlindungan konsumen yaitu:

1. Aspek Ekonomi

Kondisi perekonomian saat ini mengakibatkan kemampuan ekonomi masyarakat semakin merosot sehingga mempengaruhi kemampuan daya beli

³⁷ Christine Kansil, *Pokok-pokok Pengetahuan Dagang Indonesia* (Jakarta; Sinar Garafika, 2002), h. 221.

masyarakat dan dalam hal memilih produk, konsumen hanya dapat mengonsumsi produk yang terjangkau harganya.

Sebagaimana yang dikatakan oleh Akbar salah satu pelanggan mengenai harga gorengan bahwa:

“gorengan disini cukup terjangkau harganya dan tidak menguras kantong, harganya sudah sesuai dengan daya beli dan ukurannya .”³⁸



Dari pernyataan diatas, dapat dikatakan bahwa harga gorengan di kota Parepare terjangkau dan sudah sesuai dengan daya beli masyarakat, terutama bagi para peminat gorengan. Hal ini dapat dilihat dari penjelasan pelanggan atau konsumen.

Faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen adalah tingkat kesadaran konsumen akan haknya masih rendah. Hal ini terutama disebabkan oleh rendahnya

³⁸Akbar, pelanggan penjual tahu isi, bakwan dan pisang molen di kota Parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 15 Desember 2019.

pendidikan konsumen. oleh karena itu, undang-undang perlindungan konsumen dimaksud menjadi landasan hukum yang kuat bagi pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat untuk melakukan upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen.

Masyarakat tidak memikirkan mengenai hak-haknya yang telah dirugikan karena mengkonsumsi produk yang kualitasnya dibawah standar.

Dengan kondisi yang demikian maka perlindungan konsumen susah untuk diterapkan, sebab pada prinsipnya pelaksanaan perlindungan konsumen hanya akan terwujud jika konsumen yang menjadi pihak di dalamnya peduli dengan hak-haknya, artinya jika konsumen menyadari bahwa ia telah dirugikan dan perlu untuk haknya maka perlindungan konsumen dapat dijalankan, akan tetapi jika konsumen yang bersangkutan tidak menuntut hak-haknya maka perlindungan konsumen tidak dapat dijalankan.

2. Aspek Hukum

Pada aspek hukum yang menjadi fokus adalah bagaimana hukum diterapkan dalam rangka menjamin hak- hak konsumen untuk dilindungi dari berbagai hal yang merugikan. Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Pasal 4 tentang hak konsumen yang berbunyi:

Hak konsumen adalah:

2.1 hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;

- 2.2. hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- 2.3. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- 2.4. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan / atau jasa yang digunakan;
- 2.5. hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- 2.6. hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- 2.7. hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- 2.8 hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- 2.9. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Ketika konsumen merasa di rugikan maka pelaku usaha berkewajiban memberikan ganti rugi seperti yang tertera dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Pasal 19 tentang Tanggung Jawab Pelaku Usaha yang berbunyi:

1. Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.

2. Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
3. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
4. Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dan ayat 2 tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
5. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dan ayat 2 tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Menurut salah satu pelanggan gorengan martabak yang bernama awaldi mengatakan bahwa:

“Kalau disini tidak pernah ji saya dapat martabak yang tidak sesuai dengan etika bisnis, mulai cara pengelolaanya sampai cara menetapkan harganya sudah sesuai”³⁹

Kemudian ditambahkan juga oleh Rafi pelanggan penjual tahu isi, bakwan, dan pisang moleng bahwa:

“Kadang saya mendapat tahu isi yang tahunya biasa mulai bau, dan menurut saya itu sdh tidak layak dikonsumsi karna dapat mengakibatkan perut sakit. begitu pula pisang molennya, pisang yang digunakan belum matang sehingga dapat mempengaruhi rasanya. Ketika saya mendapat hal seperti itu saya tidak menyelesaikannya dengan jalur hukum tapi saya hanya

³⁹Awaldi, pelanggan penjual Martabak di kota Parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 15 Desember 2019.

memperingatkan si penjual agar tidak menggunakan bahan yang tidak layak di gunakan belum layak di gunakan.”⁴⁰

Dari pernyataan diatas maka perlindungan konsumen susah diterapkan karna ketika konsumen mendapat gorengan yang tidak sesuai atau tidak layak di konsumsi, maka konsumen tidak menyelesaikannya masalahnya di jalur hukum tetapi hanya menegur langsung penjual gorengan tersebut.

3. Aspek politis

Pelaksanaan perlindungan hukum juga dilihat dari aspek politis, tidak hanya untuk melindungi kepentingan konsumen terhadap produk-produk asing yang masuk ke Indonesia. Produk asing yang masuk ke Indonesia juga harus menaati peraturan yang berlaku. Pelaksanaan perlindungan hukum secara politis dilakukan untuk melindungi kepentingan nasional dari pengaruh produk asing yang akan merugikan bagi konsumen Indonesia.

Seperti yang telah disampaikan Soediman Kartohadiprodo, bahwa politik hukum adalah pemikiran yang menjadi dasar Negara turut campur dalam hukum. Berkaitan dengan itu, maka pemahaman makna kepentingan umum/kepentingan konsumen dalam Negara, kesejahteraan adalah penting dalam memberikan jawaban tentang bagaimana melindungi kepentingan umum bagi warga masyarakat. Masalah ini sering muncul dalam mengimplementasikan konsep-konsep hukum dalam pembangunan, untuk itu perlu pemahaman yang mendalam dan landasan operasional, sehingga dapat mengurangi berbagai penyimpangan atas dasar kepentingan umum.

⁴⁰Rafi, pelanggan penjual tahu isi, bakwan dan pisang molen di kota Parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 15 Desember 2019.

Sudah barang tentu, tingkat kepastian dan perlindungan hukum untuk masyarakat dalam politik hukum perlindungan konsumen, merupakan sarana hukum yang harus menjawabnya.

Sedangkan berdasarkan pasal 33 undang-undang dasar 1945 beserta amandemennya, politik hukum perlindungan konsumen di Indonesia adalah:

- 3.1 Kebersamaan peranan konsumen dan pelaku usaha
- 3.2 Keseimbangan kemajuan konsumen dan pelaku usaha
- 3.3 Efisiensi yang berkeadilan dalam hubungan transaksional antara konsumen dan pelaku usaha
- 3.4 Berkelanjutan dalam pengembangan konsumen dan pelaku usaha
- 3.5 Berwawasan lingkungan dalam pengembangan konsumen dan pelaku usaha
- 3.6 Kemandirian konsumen dan pelaku usaha.⁴¹

Berkenanaan dengan pemikiran bahwa politik hukum itu adalah menyangkut pekerjaan Negara, maka implementasi politik hukum perlindungan konsumen dalam undang-undang no 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dapat berarti implementasi politik hukum perlindungan konsumen yang dilakukan oleh Negara terhadap undang-undang no 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.

⁴¹Firman Turmantara Endipradja, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Malang: Setara Press, 2016), h. 124.

Sebagaimana yang dikatakan oleh penjual martabak bahwa:

“Makanan yang kami buat itu harus menarik konsumen dengan rasa dan kualitasnya. karna kalau tidak, bisa saja konsumen beralih kemakanan instan yang siap saji saja”⁴²

4. Aspek Budaya

Perlindungan konsumen mengandung system nilai dan budaya tersendiri. Oleh karena itu, membutuhkan waktu yang lama dalam menerapkannya untuk menjadi budaya masyarakat. Faktor budaya yang berlaku dalam masyarakat berkaitan erat dengan kebiasaan masyarakat, oleh karena itu perlindungan konsumen harus menjadi kebiasaan masyarakat sehingga dapat membudaya dalam masyarakat tersebut.

Sebagaimana yang dikatakan oleh Anto pelanggan tahu isi, bakwan, dan pisang moleng bahwa:

“Budaya kita itu dalam mengkonsumsi makanan yaitu maunya murah, enak, dan sehat. Sehat dalam artian tidak dicampurkan dengan bahan yang tidak layak di konsumsi atau belum layak dikonsumsi yang dapat mengakibatkan kesehatan terganggu, baik dalam jangka waktu yang singkat atau jangka waktu yang lama”⁴³

Kemudian ditambahkan juga oleh thyka pelanggan martabak bahwa:

“Kalau saya itu lebih mengarah pada cara pengelolaan dan tempatnya, kalau cara pengelolaannya tidak sesuai dengan etika, maka saya tidak akan mengkonsumsi gorengan itu. Begitu juga tempatnya, kalau tempatnya saya liat kotor maka saya tidak akan membeli di situ karna sehat itu kita jadikan budaya.”⁴⁴

⁴²Adinata, Penjual Martabak di kota Parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 10 Desember 2019.

⁴³Anto, pelanggan penjual tahu isi, bakwan dan pisang molen di kota Parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 15 Desember 2019.

⁴⁴Thyka, pelanggan penjual tahu isi, bakwan dan pisang molen di kota Parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 15 Desember 2019.



Berdasarkan dari penjelasan diatas, yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha yaitu memberikan pelayanan dan kebersihan kepada konsumen, agar dapat terjalin proses jual beli yang baik dan terlaksananya perlindungan konsumen yang memberikan dampak positif bagi konsumen maupun pelaku usaha.

Keberadaan perlindungan konsumen bertujuan untuk memberikan dampak positif bagi konsumen dan pelaku usaha. Jika perlindungan konsumen ini terwujud setidaknya bisa memberikan manfaat kepada konsumen dan pelaku usaha, dalam hal ini memberdayakan konsumen dan meningkatkan profesionalisme pelaku usaha. Kesadaran konsumen yang semakin baik menuntut pelaku usaha untuk lebih baik dalam menjalankan usahanya secara profesional.

4.1.2 Layanan Usaha Gorengan di Kota Parepare berdasarkan Etika Bisnis Islam

Dalam melakukan segala aktifitas terutama dalam bentuk kegiatan usaha tentunya ada etika yang mengatur sehingga dalam kegiatan tersebut dapat menimbulkan keharmonisan dan keselarasan antar sesama. Begitu juga dalam dunia bisnis tidak lepas dari etika yaitu etika bisnis. Etika bisnis merupakan aturan yang

mengatur tentang aktifitas bisnis.⁴⁵ Dalam Islam juga terdapat etika dalam aktifitas berbisnis. Adapun aktifitas dan etika bisnis Islam yaitu:

1. Pebisnis harus jujur

Tanpa kejujuran, semua hubungan termasuk hubungan bisnis tidak akan langgeng, padahal dalam prinsip berbisnis interaksi yang memberikan keuntungan sedikit tetapi berlangsung berkali-kali (lama) lebih baik dari pada untung banyak tetapi hanya sekali atau dua kali.

Sebagaimana yang dikatakan oleh penjual martabak di kota Parepare:

“kita harus berperilaku jujur dengan pembeli, baik itu jujur mengenai apa yang kita jual maupun jujur dalam hal yang lainnya. Walaupun dengan jujur memberikan keuntungan yang sedikit namun pembeli datang berkali-kali dari pada tidak jujur dan mendapatkan keuntungan yang banyak namun pembeli datang satu kali saja.”

Kemudian yang dikatakan oleh pelanggan martabak dikota Parepare:

“kita itu sebagai pembeli lebih mengutamakan penjual yang jujur yang bisa dijadikan langganan untuk membeli gorengan dan dapat berkali-kali membeli gorengannya karena kita sudah mempercayainya sebab penjualnya itu jujur”

Diantara bentuk kejujuran seorang pebisnis adalah selalu berkomitmen dalam jual belinya dengan berlaku terus terang dan transparan untuk melahirkan ketentraman dalam hati. Bentuk kejujuran yang lain adalah pebisnis dalam memasarkan barang dagangannya harus dijauhkan dari iklan yang licik dan sumpah palsu, atau memberi informasi yang salah tentang barang dagangannya untuk menipu calon pembeli.

⁴⁵ Agus Ariyanto, *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), h.27.

2. Amanah

Islam mewajibkan pebisnis untuk mempunyai sikap amanah terhadap dirinya sendiri dan orang lain. Seorang pebisnis yang amanah adalah seorang pebisnis yang harus menjelaskan dengan terus terang tentang harga barang dan laba yang diperolehnya jika barang dagangannya dijual dengan menggunakan system bagi hasil. Selain itu, dia harus memberitahukan kepada pembelinya tentang aib (cacat) barang dagangannya, seandainya memang ada aibnya.

Sebagaimana yang dikatakan oleh penjual tahu isi, bakwan dan pisang molen di kota Parepare:

“kalau mengenai harga, kita disini terus terang kepada pembeli bahwa harga setiap gorengan itu tergantung kualitas dan ukurannya. Tetapi mengenai laba yang diperoleh, kita tidak memberitahu kepada pelanggan, namun laba yang diperoleh tidaklah banyak. Kita disini memberitahukan kepada pembeli tentang aib (cacat) tentang gorengan yang kita jual.”

Kemudian yang dikatakan oleh pelanggan penjual gorengan yang ada di kota Parepare:

“penjual gorengan yang pernah ditempati membeli itu, semua terus terang mengenai harga gorengannya, bahkan harga gorengannya itu ada yang dipajangkan digerobaknya.”

3. Toleransi dan keramah-tamahan

Dalam Islam berbisnis tidak sekedar memperoleh keuntungan materi semata, tetapi juga menjalin hubungan harmonis yang pada gilirannya menguntungkan kedua belah pihak karena kedua belah pihak harus mengedepankan toleransi. Bentuk-bentuk toleransi dan keramah-tamahan yaitu tidak menarik keuntungan yang melampaui

batas kewajaran, menerima kembali dalam batas tertentu barang yang dijualnya jika pembeli merasa tidak puas dengannya.

Sebagaimana yang dikatakan oleh penjual gorengan (tahu isi, bakwan dan pisang molen) di kota Parepare:

“kita disini tidak begitu banyak mendapat keuntungan, dalam mengambil keuntungan itu harus dengan sewajarnya. Kemudian jika pembeli mengembalikan gorengan dengan alasan mendapatkan gorengan yang tidak sesuai, maka kita menerima gorengan itu dan menggantikannya dengan gorengan yang sesuai dan yang diinginkan.”

Kemudian yang dikatakan oleh pelanggan gorengan di kota Parepare:

“kita sebagai pembeli itu lebih suka dengan harga yang murah dan sesuai dengan kualitas dan ukurannya, tetapi jika kita mendapat gorengan yang tidak sesuai dan kita merasa tidak puas maka kita menerimanya saja tetapi tidak mengonsumsinya.”

4. Pemenuhan janji dan perjanjian.⁴⁶

Salah satu konsekuensi dari kejujuran adalah pemenuhan janji dan syarat perjanjian. Dua pihak yang berinteraksi pada dasarnya saling percaya akan kebenaran mitranya dalam segala hal yang berkaitan dengan bisnis mereka.

Adapun prinsip-prinsip etika bisnis Islam sebagai berikut:

1. Kesatuan (*Unity*)

Kesatuan ialah prinsip-prinsip yang terelefsikan dalam konsep tauhid yang memadukan keseluruhan aspek-aspek dalam kehidupan manusia, baik dalam bidang politik, sosial, dan ekonomi yang menjadi kesatuan yang homogeny dan konsisten secara teratur dan menyeluruh.

⁴⁶Faisal Badroen, et al, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Kencana, 2006), h.17

1.1 Penetapan Harga dan Produk

Produk yang ditawarkan oleh penjual gorengan di Kota Parepare hampir sama, seperti: martabak, tahu isi, bakwan dan pisang molen. Adapun penetapan harga gorengan di Kota Parepare menetapkan harga produknya sesuai dengan ukuran dan rasa. Namun penetapan harga gorengan biasanya dipengaruhi oleh ukuran dan rasa gorengan tersebut. Sebagaimana yang dikatakan oleh penjual martabak bahwa:

“Martabak yang kami jual itu harganya tergantung dari ukuran dan rasanya, karena semakin besar ukuran dan rasanya maka semakin mahal pula harganya.”⁴⁷

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa penjual gorengan di Kota Parepare telah menetapkan harga dan produk hampir sama dengan penjual gorengan lainnya, namun penetapan harga produk biasa dipengaruhi oleh ukuran dan rasanya. Dengan menetapkan harga dan produk dengan cara tersebut, berarti penjual gorengan di Kota Parepare sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, hal tersebut termasuk prinsip kesatuan, karena pada prinsip kesatuan mengandung konsep tauhid yang harus diterapkan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam hal ini bisnis gorengan menerapkan konsep tauhid terhadap aspek ekonomi dan sosial.

2. Adil (Equilibrium)

Dalam beraktifitas didunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Pengertian adil dalam Islam diarahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta dan

⁴⁷Suyono, Penjual Martabak, wawancara dengan Penulis dikota Pare-pare, 3 Desember 2019.

hak Allah swt dan rasul-Nya berlaku sebagai *stakeholder* dari perilaku adil seseorang. Semua hak-hak tersebut harus ditempatkan sebagai semestinya. Tidak mengakomodir salah satu hak diatas, dapat menetapkan seseorang tersebut pada kezaliman.⁴⁸

2.1 Proses/pelayanan dalam hal Empati

Proses adalah semua prosedur actual, mekanisme dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa. Elemen proses ini memiliki arti sesuatu untuk menyampaikan jasa. Proses dalam jasa merupakan faktor utama dalam bauran pemasaran jasa seperti pelanggan jasa akan senang merasakan system penyerahan jasa sebagai bagian jasa itu sendiri. Adapun bentuk pelayanan yang dilakukan oleh penjual gorengan di kota Parepare yakni empati.

Sebagaimana yang dikatakan oleh Rudi pelanggan penjual martabak di Kota Parepare bahwa:

“Empati itu kaya peduli semua sama orang. Contohnya kalau ada pelanggan yang datang tidak na beda-bedakan misalnya karena yang duluan datang sedikit na beli sedangkan yang dibelakang datang lebih banyak na beli, duluan na layani yang banyak na beli dibandingkan yang sedikit na beli.”⁴⁹

Kemudian yang dikatakan oleh Hasyim pelanggan penjual tahu isi, bakwan dan pisang molen di kota Parepare bahwa:

“Empati itu perhatian atau saling mengerti sesama manusia dalam hal apapun, contohnya dalam usaha gorengan itu perhatiannya sama semua pelanggan, anak-anak, anak muda, orang tua, perempuan, laki-laki, kaya ataupun miskin yang jelasnya semua pelanggan harus mendapatkan pelayanan yang sama.”⁵⁰

⁴⁸Faisal Baadroen, *Etika Bisnis Islam*, h. 89

⁴⁹Rudi, Pelanggan Penjual Martabak di kota Pare-pare, wawancara oleh penulis di Pare-pare, 5 Desember 2019.

⁵⁰Hasyim, Pelanggan Penjual Tahu Isi, Bakwan dan Pisang Molen, wawancara oleh penulis di Pare-pare, 5 Desember 2019.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa penjual gorengan di kota Pare-pare dengan memberikan pelayanan dengan cara tidak membeda-bedakan pelanggan atau konsumen. Berarti bisnis gorengan di kota Pare-pare sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, hal tersebut termasuk dalam prinsip adil.

3 Berkehendak Bebas (Free Will)

Manusia diberikan kehendak bebas oleh Allah swt, untuk mengendalikan kehidupannya sendiri tanpa mengabaikan kenyataan bahwa manusia sebenarnya dituntun oleh hukum yang diciptakan Allah swt, diberi kemampuan untuk berpikir dan membuat keputusan, untuk memilih apa pun jalan hidup yang manusia inginkan dan yang paling penting, untuk bertindak berdasarkan aturan apapun yang dipilih. Tetapi sekali manusia memilih untuk menjadi seorang muslim, harus tunduk kepada Allah swt. Manusia menjadi bagian umat secara keseluruhan dan menyadari kedudukannya sebagai khalifah Allah di muka bumi.⁵¹

3.1 Kebebasan memilih Harga dan Produk

Harga dan produk yang ditawarkan oleh penjual gorengan di kota Pare-pare memberikan kebebasan untuk memilih dan mengonsumsi gorengan sesuai dengan harga yang ditetapkan. Dengan memberikan penjelasan kepada konsumen sebelum memesan gorengan dan harga yang ditetapkan tersebut.

⁵¹Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, h. 55-56.

Sebagaimana yang dikatakan oleh penjual martabak di kota Parepare mengatakan bahwa:

“Kalau disini itu tidak terlalu mahalji, harganya itu hampir sama yang ditawarkan oleh penjual martabak yang lain, karena harga itu biasanya dipengaruhi oleh ukuran dan rasanya.”⁵²

Kemudian oleh Rudi pelanggan penjual Martabak mengatakan bahwa:

“kalau mengenai harga tidak terlalu mahal ji karena martabaknya memang semakin besar martabak yang dibeli semakin diatas juga harganya dan semakin enak.”⁵³

Dari penjelasan diatas, maka dapat dikatakan bahwa barang yang dijual harus sesuai antara harga barang dan kualitasnya. Karna jika semakin mahal harga barang tersebut tetapi kualitasnya rendah maka barang yang d produksi tersebut susah laku. begitu pula sebaliknya jika harganya murah tapi kualitasnya bagus maka barang tersebut akan cepat laku.

5. Tanggung Jawab (Responsibility)

Kehendak bebas berhubungan dengan tanggung jawab. Manusia secara bebas bertindak berdasarkan pemikiran dan kesadarannya sendiri mengenai apa yang seharusnya dilakukan untuk mendapatkan penghasilan. Mulai dari memproses potensi sehingga menjadi produk yang memenuhi kebutuhan masyarakat. Para pelaku bisnis harus bisa mempertanggungjawabkan segala aktivitas bisnisnya, baik kepada Allah maupun kepada pihak-pihak berkepentingan untuk memenuhi tuntutan keadilan.⁵⁴

⁵²Suyadi, Penjual Martabak, wawancara dengan Penulis dikota Pare-pare, 3 Desember 2019.

⁵³Rudi, pelanggan penjual Martabak di kota Parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 5 Desember 2019.

⁵⁴Erni R. Ernawan, *Business Ethies: Etika Bisnis*, h. 40-41.

4.1 Promosi

Mengkomunikasikan dan memberi informasi baik berupa barang atau jasa kepada konsumen atau pembeli dengan tujuan untuk mempengaruhi sikap dan perilaku dalam pembelian. Adapun promosi yang dilakukan oleh penjual gorengan di kota Parepare yakni melalui mulut kemulut dan memanfaatkan media sosial seperti *Facebook* dan *Whats App*.

Sebagaimana yang dikatakan oleh penjual tahu isi, bakwan dan pisang molen bahwa:

“tidak sama penjual gorengan yang lain yang ada medsosnya, tapi kalau di sini tidak ada. Kita cuma promosinya dari mulut kemulut sesama pelanggan supaya tidak ada lagi miskomunikasi.”⁵⁵

Kemudian ditambahkan penjual martabak bahwa:

“kalau disini tidak menggunakan medsos, tapi kami hanya memasang poster didepan gerobak agar terlihat oleh orang-orang yang lewat.”⁵⁶



⁵⁵Joko, Penjual bakwan dan pisang molen di kota Parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 10 Desember 2019.

⁵⁶Adinata, Penjual Martabak di kota Parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 10 Desember 2019.

Dari penjelasan diatas, dapat diketahui bahwa walaupun tidak mempromosikan barangnya melalui medsos jika barangnya berkualitas dan disukai oleh pembeli maka bnyak juga pembeli yang datang membeli dagangannya, begitu pula sebaliknya jika barangnya tidak berkualitas maka biar dipromosikan lewat medsos tidak aka nada yang membelinya apabila sudah diketahui oleh konsumen.

6. Ihsan (Kebajikan)

Kebijakan (Ihsan) atau kebaikan terhadap orang lain didefenisikan sebagai “tindakan yang menguntungkan orang lain lebih dibanding orang yang melakukan tindakan tersebut dan dilakukan tanpa kewajiban apapun atau dengan kata lain beribadah.” Semua keputusan dan tindakan harus menguntungkan manusia baik di dunia maupun diakhirat, selain hal itu seharusnya tidak dilakukan. Islam tidak membenarkan setiap tindakan yang dapat menimbulkan kerusakan terhadap diri, masyarakat bahkan makhluk lain seperti binatang, tumbuhan dan alam.⁵⁷

5.1 Proses/Pelayanan dalam hal Empati

Proses adalah semua produk actual, mekanisme dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa. Elemen proses ini memiliki arti sesuatu untuk menyampaikan jasa. Proses dalam jasa merupakan faktor utama dalam bauran pemasaran jasa seperti pelanggan jasa akan senangmerasakan system penyerahan jasa sebagai bagian jasa itu sendiri. Adapun bentuk pelayanan yang dilakukan oleh penjual gorengan dikota Parepare, yakni Empati.

⁵⁷Faisal Badroen, dkk, *Etika Bisnis dalam Islam*, h. 100

Sebagaimana yang dikatakan oleh Herman pelanggan penjual tahu isi, bakwan dan pisang molen di kota Parepare bahwa:

“Empati itu perhatian atau saling mengerti sesama manusia dalam hal apapun, contohnya dalam usaha gorengan itu perhatiannya sama semua pelanggan, anak-anak, anak muda, orang tua, perempuan, laki-laki, kaya ataupun miskin yang jelasnya semua pelanggan harus mendapatkan pelayanan yang sama.”⁵⁸

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha hendaknya memperhatikan kesemua pelanggan dan tidak membeda-bedakan antar pelanggan yang satu dengan pelanggan yang lain, agar semua pelanggan dapat dilayani dengan baik.



⁵⁸Herman, pelanggan penjual tahu isi, bakwan dan pisang molen di kota Parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 15 Desember 2019.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan dari hasil penelitian sebelumnya, maka pada bagian penutup skripsi ini ditarik kesimpulan berikut.

5.1.1 Layanan usaha gorengan dikota Parepare sudah sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yakni penetapan harga dan produk sesuai dengan prinsip kesatuan, proses/pelayanan dalam hal empati tidak membeda-bedakan konsumen sesuai prinsip adil, kebebasan memilih produk dan harga sesuai dengan prinsip berkehendak bebas, dan promosi yang dilakukan dengan memberikan harga yang sama sesuai dengan prinsip tanggung jawab. Namun, proses/pelayanan dalam hal empati tidak mebedakan pelayanan konsumen laki-laki dan perempuan tidak sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam yakni Ihsan/kebajikan.

5.1.2 Perlindungan konsumen terhadap layanan usaha gorengan di kota Parepare menggunakan aspek ekonomi sebagai acuan untuk menetapkan harga, aspek hukum yang menjadi fokus untuk menjamin hak-hak konsumen untuk dilindungi dari aspek politis, dan bersih, jujur, sehat sebagai aspek budaya dalam proses pembuatan makanan.

5.2 Saran

5.2.1 Bagi penjual gorengan hendaknya memperhatikan pelayanan yang aman dan nyaman, aman dalam artian tidak menggunakan bahan kimia atau bahan yang tidak layak pakai.

5.2.2 Bagi para konsumen hendaknya memperhatikan kualitas gorengan yang akan dibeli untuk memastikan gorengan tersebut layak dikonsumsi dan tidak berbahaya bagi kesehatan.



DAFTAR PUSTAKA

- Kementerian Agama. 2007. *Al-Quran dan terjemahnya*. Jakarta: CV. Darus Sunnah.
- Arijanto, Agus. 2011. *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Aswar, Saifuddin. 2000. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Badroen, Faisal. 2007. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana.
- Endipradja, Firman Tumantara. 2016. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Malang: Setara Press.
- Haroen, Nasrun. 2007. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Gaya Media Pratama.
- Hoetomo. 2005. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Surabaya: Mitra Pelajar.
- Ibn Mas'ud. 2007. *Fiqh Mazhab Syafi'i*. Bandung: Pustaka Setia.
- Kansil, Christine. 2002. *Pokok-pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Keraf, A.Sonny. 1998. *Etika Bisnis Islam (tuntutan dan relevansinya)*. Yogyakarta: Konisius.
- Kristiyanti, Celina Tti Siwi. 2018. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Mardania. 2016. *Analisis Etika Bisnis Terhadap Unsur Tadlis pada Pedagang Buah di Desa Mirring Kab. Polewali Mandar*. Skripsi Sarjana, Parepare.
- Muhammad. 2001. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: unit penerbit dan Peercetakan akademi manajemen perusahaan YKNI.
- Muhammad Azzam, Abdul Aziz. 2010. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Amzah.
- Muslich, Ahmad Wardi. 2010. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Amzah.
- Nasution, Mustafa Edwin. 2010. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana Perdana Media Grop.

- Puspitasari, Laili Latifah. 2016. *Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Tingkat Prosibilitas Rumah Yoghurt Berdasarkan Perspektif Karyawan*. Skripsi Sarjana, Kota Batu.
- Simorangkir. 2003. *Etika Bisnis, Jabatan dan Perbankan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Subagyo. 2006. *Metode Penelitian (dalam teori praktek)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. 2002. *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabet.
- Umar, Husain. 2000. *Business an Introduction*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Warda. 2015. *Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Bisnis Pedagang Pakaian di Pasar Lakessi Kota Parepare*. Skripsi Sarjana, Parepare.
- Zainuddin, Masyhuri. 2005. *Metode Penelitian (Pendekatan Praktis dan apikatif)*. Jakarta: Rineka Cipta.



BIOGRAFI PENULIS



Penulis bernama lengkap Adam Malik, lahir di Jampue pada 14 Juli 1995, anak pertama dari tiga bersaudara. Penulis lahir dari pasangan Abd. Malik dan Hariani. Penulis sekarang bertempat tinggal di Jampue kecamatan Lanrisang kabupaten Pinrang provinsi Sulawesi Selatan. Penulis memulai pendidikannya di SDN 58 Jampue pada tahun 2002 dan melanjutkan pendidikan sekolah menengah di SMP Negeri 2 Mattiro Sompe pada tahun 2008 Kemudian melanjutkan pendidikan di SMAN 1 Lanrisang pada tahun 2011.

Penulis melanjutkan pendidikannya di bangku perkuliahan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Parepare dengan jurusan Syariah pada tahun 2014 yang beralih menjadi Institut Agama Islam Negeri Parepare pada tahun 2018. Penulis melaksanakan kuliah pengabdian masyarakat di Desa Mata Allo, Kecamatan Alla, Kabupaten Enrekang Sulawesi Selatan dan melaksanakan praktik pengalaman lapangan di Kementerian Agama Kab. Pinrang.

Penulis mengajukan judul skripsi sebagai tugas akhir, yaitu **“Perlindungan Konsumen Terhadap Layanan Usaha Gorengan Berdasarkan Etika Bisnis Islam (Studi Kota Parepare)”**.