

SKRIPSI

**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP LAYANAN USAHA
JALANGKOTE DI KOTA PAREPARE BERDASARKAN
ETIKA BISNIS ISLAM**



OLEH:

MUH. ILHAM BASRI

18.2200.093

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

2025

**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP LAYANAN USAHA
JALANGKOTE DI KOTA PAREPARE BERDASARKAN
ETIKA BISNIS ISLAM**



OLEH:

MUH. ILHAM BASRI

18.2200.093

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H)
Pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum
Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare

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

2025

PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Perlindungan Konsumen Terhadap Layanan Usaha Jalangkote di Kota Parepare Berdasarkan Etika Bisnis Islam

Nama Mahasiswa : Muh. Ilham Basri

Nomor Induk Mahasiswa : 18. 2200.093

Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Dasar Penetapan Pembimbing : SK Dekan FAKSHI IAIN Parepare, Nomor 154 Tahun 2023

Disetujui oleh:

Pembimbing Utama : Dr. H. Mahsyar, M. Ag

NIP : 19621231 199103 1 032

Pembimbing Pendamping : Rustam Magun Pikahulan, S.HI., M.H

NIP : 19940221 201903 1 005



Mengetahui:

Fakultas Syariah dan ilmu hukum
Dekan,



Dr. Rahmawati, M. Ag
NIP. 19760901 200604 2 001

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Perlindungan Konsumen Terhadap Layanan Usaha Jalangkote di Kota Parepare Berdasarkan Etika Bisnis Islam

Nama Mahasiswa : Muh. Ilham Basri

Nomor Induk Mahasiswa : 18.2200.093

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : SK Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare Nomor 154 Tahun 2023

Tanggal Kelulusan : 22 Januari 2025

Disahkan oleh Komisi Penguji

Dr. H. Mahsyar M. Ag (Ketua) 

Rustam Magun Pikhulan, SH.I., M.H (Sekertaris) 

Dr. Aris, S.Ag., M. HI (Anggota) 

Rasna, Lc., M.H (Anggota) 



Mengetahui:
Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Dekan,


Dr. Rahmawati, M. Ag
NIP. 19760901 200604 2 001

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

أَلْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي هَدَانَا لِهَذَا وَمَا كُنَّا لِنَهْتَدِيَ لَوْلَا أَنْ هَدَانَا اللَّهُ، أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَحْدَهُ لَا شَرِيكَ لَهُ، اللَّهُمَّ صَلِّ عَلَى مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِ مُحَمَّدٍ، وَمَنْ يَعْتَصِمَ بِاللَّهِ فَقَدْ هُدِيَ إِلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ، أَمَّا بَعْدُ.

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah swt. berkat hidayah, taufik dan maunah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Penulis menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ibunda Hamida Sandje dan Ayahanda Basri A. Raside selaku orang tua penulis yang tanpa henti-hentinya terus mendukung saya dengan berbagai cara dan selalu mendoakan saya dalam segala situasi dan kondisi yang saya hadapi, serta kakak-kakak saya tersayang Niniek, Nunu, Neno, dan Nava yang selalu menyemangati dan memberikan doa serta dukungannya kepada saya.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari Bapak Dr. H. Mahsyar, M.Ag dan Bapak Rustam Magun Pikahulan, S.HI., M.H selaku Pembimbing I dan Pembimbing II, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan terima kasih.

Selanjutnya, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

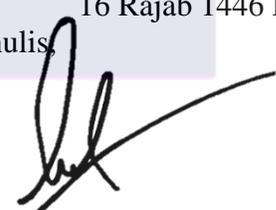
1. Bapak Prof. Dr. Hannani, M.Ag sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan IAIN Parepare.
2. Ibu Dr. Rahmawati, M.Ag sebagai Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam beserta Sekertaris, Ketua Prodi dan Staf atas pengabdianya dalam menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Bapak Rustam Magun Pikahulan, S.HI., M.H sebagai Ketua Prodi Hukum Ekonomi Syariah atas pengabdianya dalam mengembangkan kemajuan prodi yang unggul.

4. Bapak Dr. Aris, S.Ag., M.HI selaku dosen penguji 1 dan Ibu Rasna., Lc., M.H, selaku dosen penguji 2 yang telah meluangkan waktunya dan memberikan arahan.
5. Bapak Sulkarnain, M.Si selaku dosen Pembimbing Akademik yang membantu dan meluangkan waktunya untuk membimbing dan mendidik penulis selama studi di IAIN Parepare.
6. Bapak dan Ibu dosen program studi Hukum Ekonomi Syariah yang telah meluangkan waktu mereka dalam mendidik penulis selama studi di IAIN Parepare.
7. Para penjual dan konsumen Jalangkote di Kota Parepare yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk mengadakan penelitian dan memperoleh data serta informasi yang dibutuhkan dalam skripsi ini.
8. Teman-teman prodi Hukum Ekonomi Syariah terima kasih selalu menghibur dari awal hingga akhir perkuliahan ini, semoga kelian sukses selalu.
9. *My best partner* Andi Melia Rusdi terima kasih telah berkontribusi banyak dalam pendidikan saya sejauh ini dan terima kasih telah menjadi *support system* serta *moodbooster* setiap harinya.
10. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for all doing this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, I wanna thank me for just being me at all times.*

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

Parepare, 16 Januari 2025
16 Rajab 1446 H

Penulis,



Muh. Alham Basri
NIM. 18.2200.093

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muh. Ilham Basri
NIM : 18.2200.093
Tempat/Tanggal Lahir : Parepare, 12 Juni 2000
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Perindungan Konsumen Terhadap Layanan Usaha
Judul Skripsi : Jalangkote di Kota Parepare Berdasarkan Etika Bisnis
Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi ini dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 16 Januari 2025
16 Rajab 1446 H

Penulis


Muh. Ilham Basri
NIM. 18.2200.093

ABSTRAK

Muh. Ilham Basri. *Perlindungan Konsumen Terhadap Layanan Usaha Jalangkote di Kota Parepare Berdasarkan Etika Bisnis Islam* (dibimbing oleh Bapak H. Mahsyar selaku pembimbing I dan Bapak Rustam Magun Pikahulan, selaku pembimbing II).

Penelitian ini membahas tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Layanan Usaha Jalangkote di Kota Parepare Berdasarkan Etika Binsis Islam. Tujuan penelitian ini yaitu 1) untuk mendeskripsikan layanan usaha jalangkote di kota parepare. 2) untuk mengetahui perlindungan konsumen terhadap layanan usaha jalangkote di kota parepare. 3) untuk mengetahui layanan usaha jalangkote di kota parepare berdasarkan Etika bisnis Islam.

Penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif dan dalam pengumpulan data menggunakan metode penelitian lapangan (*field research*). Dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi dan menggunakan teknik pengolahan data Uji Keabsahan Data yaitu triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder. Sedangkan untuk teknik analisis data yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan (*Verifikasi*).

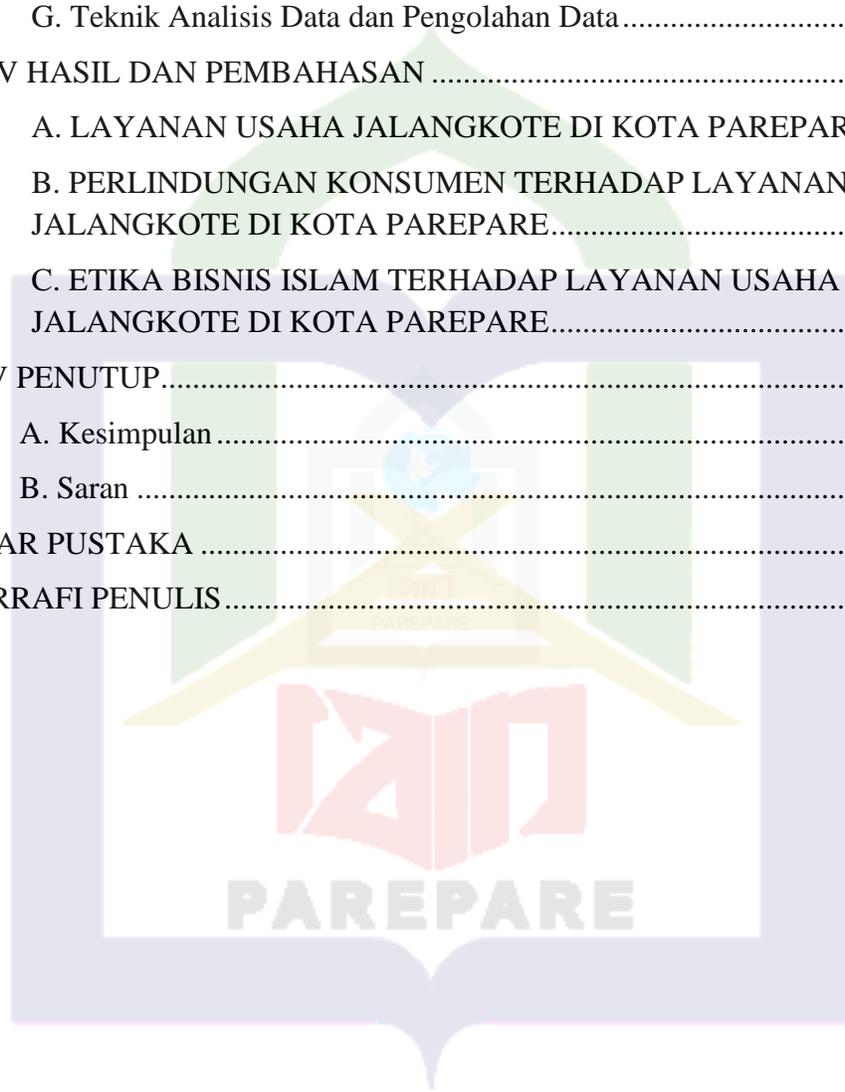
Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa: 1) Layanan Usaha Jalangkote di Kota Parepare melakukan penjualan secara langsung di outlet, namun pemesanan bisa dilakukan secara *offline* maupun *online* melalui chat *whatsapp* dan dapat diambil langsung maupun melalui kurir dengan tambahan biaya ongkir. 2) Bentuk perlindungan konsumen terhadap layanan usaha Jalangkote di Kota Parepare yaitu, hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan, hak pemilihan produk, hak informasi yang benar, jelas, dan jujur, hak untuk didengar pendapat dan keluhan atas produk (jalangkote), hak diperlakukan atau dilayani secara benar, jujur dan tidak diskriminatif, dan hak untuk mendapatkan ganti rugi/penggantian produk, ketentuan ini diatur dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Pasal 4. 3) Layanan usaha Jalangkote di Kota Parepare telah sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam yakni Kesatuan (*unity*) menawarkan produk (jalangkote) dengan menetapkan harga yang sesuai dengan ukuran serta kualitasnya serta senantiasa memberikan penjelasan mengenai jalangkote dengan senyuman dan ramah, adil (*equilibrium*) yakni berbuat adil tanpa terkecuali tidak membedakan laki-laki atau perempuan, anak-anak ataupun orang dewasa, berkehendak bebas (*free will*) yakni memberikan kebebasan kepada konsumen untuk memilih, serta memberikan masukan atau keluhan untuk perbaikan produk (jalangkote), tanggung jawab (*responsibility*) yakni penjual memberikaan tanggung jawab dalam bentuk ganti rugi/ penggantian produk jalangkote apabila yang didapatkan tidak sesuai, dan ihsan (kebajikan) yaitu kejujuran dalam memberikan pelayanan kepada konsumen seperti promosi, informasi serta tidak membeda-bedakan konsumen.

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen, Layanan Usaha Jalangkote, Etika Bisnis Islam.

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|-----------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| PERSETUJUAN SKRIPSI | ii |
| PENGESAHAN KOMISI PENGUJI..... | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI..... | vi |
| ABSTRAK | vii |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR GAMBAR | x |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xi |
| PEDOMAN TRANSLITERASI DAN SINGKATAN | xii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 5 |
| C. Tujuan Penelitian | 6 |
| D. Manfaat Penelitian | 6 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 8 |
| A. Tinjauan Penelitian Relevan..... | 8 |
| B. Tinjauan Teoritis | 11 |
| 1. Perlindungan Konsumen | 11 |
| 2. Etika Bisnis Islam | 17 |
| 3. Jual Beli..... | 25 |
| C. Tinjauan Konseptual..... | 42 |
| D. Kerangka Pikir..... | 43 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 45 |
| A. Pendekatan dan Jenis Penelitian..... | 45 |
| B. Lokasi dan Waktu Penelitian..... | 45 |

| | |
|---|------|
| C. Fokus Penelitian | 46 |
| D. Jenis dan Sumber Data | 46 |
| E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data | 46 |
| F. Uji Keabsahan Data | 48 |
| G. Teknik Analisis Data dan Pengolahan Data | 49 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 51 |
| A. LAYANAN USAHA JALANGKOTE DI KOTA PAREPARE | 51 |
| B. PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP LAYANAN USAHA JALANGKOTE DI KOTA PAREPARE..... | 56 |
| C. ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP LAYANAN USAHA JALANGKOTE DI KOTA PAREPARE..... | 61 |
| BAB V PENUTUP..... | 68 |
| A. Kesimpulan | 68 |
| B. Saran | 69 |
| DAFTAR PUSTAKA | I |
| BIOGRRAFI PENULIS | XXII |



DAFTAR GAMBAR

| No | Nama Gambar | Halaman |
|----|----------------|----------|
| 1 | Kerangka Fikir | 54 |
| 2 | Dokumentasi | Lampiran |
| 3 | Biodata | Lampiran |



DAFTAR LAMPIRAN

| No. Lampiran | Judul Lampiran |
|---------------------|-----------------------------------|
| Lampiran 1 | Surat Izin Penelitian dari Kampus |
| Lampiran 2 | Surat Izin Meneliti dari PTSP |
| Lampiran 3 | Surat Keterangan Selesai Meneliti |
| Lampiran 4 | Pedoman Wawancara |
| Lampiran 5 | Surat Keterangan Wawancara |
| Lampiran 6 | Dokumentasi |
| Lampiran 7 | Biodata Penulis |

PEDOMAN TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

A. Transliterasi

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin | Nama |
|------------|-------------|--------------------|----------------------------|
| ا | <i>Alif</i> | Tidak dilambangkan | Tidak dilambangkan |
| ب | <i>Ba</i> | B | Be |
| ت | <i>Ta</i> | T | Te |
| ث | <i>Ša</i> | Š | Es (dengan titik diatas) |
| ج | <i>Jim</i> | J | Je |
| ح | <i>Ĥa</i> | Ĥ | Ha (dengan titik dibawah) |
| خ | <i>Kha</i> | Kh | Ka dan Ha |
| د | <i>Dal</i> | D | De |
| ذ | <i>Dhal</i> | Dh | De dan Ha |
| ر | <i>Ra</i> | R | Er |
| ز | <i>Zai</i> | Z | Zet |
| س | <i>Sin</i> | N | Es |
| ش | <i>Syin</i> | Sy | Es dan Ye |
| ص | <i>Šad</i> | Š | Es (dengan titik dibawah) |
| ض | <i>Ḍad</i> | Ḍ | De (dengan titik dibawah) |
| ط | <i>Ṭa</i> | Ṭ | Te (dengan titik dibawah) |
| ظ | <i>Ẓa</i> | Ẓ | Zet (dengan titik dibawah) |
| ع | <i>‘Ain</i> | ‘ | Koma Terbalik Keatas |
| غ | <i>Gain</i> | G | Ge |

| | | | |
|----|---------------|---|----------|
| ف | <i>Fa</i> | F | Ef |
| ق | <i>Qof</i> | Q | Qi |
| ك | <i>Kaf</i> | K | Ka |
| ل | <i>Lam</i> | L | El |
| م | <i>Mim</i> | M | Em |
| ن | <i>Nun</i> | N | En |
| و | <i>Wau</i> | W | We |
| هـ | <i>Ha</i> | H | Ha |
| ء | <i>Hamzah</i> | , | Apostrof |
| ي | <i>Ya</i> | Y | Ye |

Hamzah (ء) yang terletak diawal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak ditengah atau diakhir, maka ditulis dengan tanda (')

2. Vokal

Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

| Tanda | Nama | Huruf Latin | Nama |
|-------|---------------|-------------|------|
| أ | <i>Fathah</i> | A | A |
| إ | <i>Kasrah</i> | I | I |
| أ | <i>Dammah</i> | U | U |

Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

| Tanda | Nama | Huruf Latin | Nama |
|-------|-----------------------|-------------|---------|
| يَـ | <i>Fathah dan Ya</i> | Ai | a dan i |
| وَـ | <i>Fathah dan Wau</i> | Au | a dan u |

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

حَوْلَ : *hauila*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

| Harkat dan Huruf | Nama | Huruf dan Tanda | Nama |
|------------------|--|-----------------|--------------------|
| اَ/آي | <i>Fathah dan Alif</i> atau <i>Ya</i> | Ā | a dan garis diatas |
| إِي | <i>Kasrah dan Ya</i> | Ī | i dan garis diatas |
| أُو | <i>Dammah dan Wau</i> | Ū | u dan garis diatas |

Contoh:

مَاتَ : *Māta*
رَمَى : *Ramā*
قِيلَ : *Qīla*
يَمُوتُ : *yamūtu*

4. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- Ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah [t]
- Ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*.

Contoh:

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ : *Raudah al-jannah* atau *Raudatul jannah*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *Al-madīnah al-fādilah* atau *Al-madīnatul fādilah*

الْحِكْمَةُ : *Al-hikmah*

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah. Contoh:

رَبَّنَا : *Rabbanā*

نَجَّيْنَا : *Najjainā*

الْحَقُّ : *Al-Haqq*

الْحَجُّ : *Al-Hajj*

نُعْمٌ : *Nu'ima*

عَدُوٌّ : *'Aduwwun*

Jika huruf ى bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (يَ), maka ia litransliterasi seperti huruf *maddah* (i).

Contoh:

عَرَبِيٌّ : 'Arabi (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

عَلِيٌّ : 'Ali (bukan 'Alyy atau 'Aly)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf لا (*alif lam ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasikan seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata

sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari katayang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-). Contoh:

Contoh:

| | | |
|---------------|---|--|
| الشَّمْسُ | : | <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>) |
| الزَّلْزَلَةُ | : | <i>al-zalzalalah</i> (bukan <i>az-zalzalalah</i>) |
| الْفَلْسَفَةُ | : | <i>al-falsafah</i> |
| الْبِلَادُ | : | <i>al-biladu</i> |

7. **Hamzah**

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan arab ia berupa alif. Contoh:

| | | |
|-------------|---|------------------|
| تَأْمُرُونَ | : | <i>ta'muruna</i> |
| النَّوْءُ | : | <i>al-nau'</i> |
| نَسِيءٌ | : | <i>syai'un</i> |
| أُمِرْتُ | : | <i>umirtu</i> |

8. **Kata arab yang lazim digunakan dalam bahasa Indonesia**

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dar *Qur'an*), *Sunnah*.

Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Fi zilal al-qur'an

Al-sunnah qabl al-tadwin

Al-ibarat bi 'umum al-lafz la bi khusus al-sabab

11. Singkatan

Beberapa singkatan yang di bakukan adalah:

| | | |
|-------------|---|---|
| Swt | = | <i>subhanahu wa ta 'ala</i> |
| Saw | = | <i>sallallahu 'alaihi wa sallam</i> |
| a.s | = | <i>'alaihi al-sallam</i> |
| H | = | Hijriah |
| M | = | Masehi |
| SM | = | Sebelum Masehi |
| l. | = | Lahir Tahun |
| w. | = | Wafat Tahun |
| QS../...: 4 | = | QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahim/..., ayat 4 |
| HR | = | Hadis Riwayat |

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab

| | | |
|------|---|--------------------|
| ص | = | صفحة |
| دم | = | بدون مكان |
| صلعم | = | صلى الله عليه وسلم |
| ط | = | طبعة |
| دن | = | بدون ناشر |
| الخ | = | إلى آخرها/إلى آخره |
| ج | = | جزء |

beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu di jelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

- ed. : editor (atau, eds. [kata dari editors] jika lebih dari satu orang editor). Karena dalam bahasa indonesia kata”edotor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).
- et al. :: “dan lain-lain” atau” dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk.(“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.
- Cet. :: Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.
- Terj :: Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga untuk penulisan karta terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya
- Vol. Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuag buku atau ensiklopedia dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab baiasanya digunakan juz.
- No. Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomot karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia adalah makhluk sosial yang selalu terlibat dalam interaksi dengan sesama. Melalui interaksi tersebut, mereka saling memberi dan menerima manfaat. Hubungan antara manusia ini menciptakan berbagai jenis ikatan, salah satunya adalah hubungan jual beli.

Pada zaman modern ini, Indonesia memiliki peluang besar untuk meningkatkan perekonomiannya. Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki berbagai macam jenis usaha yang mampu dikembangkan sehingga Indonesia dapat menjadi negara yang Makmur. Menjadi negara ekonomi terbesar keempat di dunia yang ditargetkan pada tahun 2045 adalah misi Indonesia. Maka dari itu, persaingan usaha harus diarahkan menuju kearah yang lebih baik lagi sehingga dapat bersaing secara sehat. Indonesia memiliki kurang lebih 12 jenis usaha yang menjadi poin utama yaitu, pertanian, peternakan, perikanan, perindustrian, perdagangan, pertambangan, transportasi, pariwisata, Teknologi Informasi, & Komunikasi, sektor jasa, usaha formal, dan informal. Tentunya ke-12 jenis usaha ini memiliki persaingannya masing-masing.¹

Pada tahun 2019, Indonesia dilanda kasus pandemic Covid-19 yang membuat keadaan di Indonesia buruk atau tidak stabil. Hal inilah yang membuat misi Indonesia untuk menjadikan negaranya sebagai perekonomian terbesar terhambat. Sebab banyak usaha yang mengalami kerugian sehingga membuat persaingan usaha menjadi

¹ Ruud Van Nistelrooy, Perkembangan Persaingan usaha yang sehat di Indonesia membantu mewujudkan misi Indonesia di 2045, <https://www.ciputra.ac.id/htb/perkembangan-persaingan-usaha-yang-sehat-di-indonesia-membantu-mewujudkan-misi-indonesia-di-2045/>, diakses pada tanggal 22 April 2024.

menurun. Tetapi, setelah mampu melewati masa sulit itu, di tahun 2021 Indonesia mulai menemui titik terang dengan adanya usaha-usaha yang sudah mulai berkembang kembali dan bangkit dari masa terpuruknya. Dengan meningkatnya usaha-usaha ini, Indonesia perlu membangun persaingan usaha yang sehat dengan himbuan kepada seluruh sektor usaha. Dengan demikian Indonesia dapat menjadi negara yang dipandang oleh negara lain dan dijadikan sebagai tolak ukur bagi negara lain.

Parepare Bandar Madani, julukan yang diberikan berdasarkan aspek sejarah yakni peran Kota Parepare sebagai pelabuhan yang cukup ramai dan padat, maka dari itu kota inipun berkembang menjadi kota dagang dan ramai dikunjungi oleh para pedagang dari luar kota terkhusus orang-orang masa lampau. Kultur masyarakat yang terbiasa dengan kegiatan perdagangan menjadikan warga Parepare kreatif dalam berwirausaha. Bidang usaha yang cukup maju adalah kuliner, yang kemudian menciptakan banyak ole-ole khas Kota Parepare. Kuliner atau makanan adalah salah satu kebutuhan manusia yang paling dasar.²

Pada bulan Ramadhan di Parepare identik dengan takjil untuk cemilan berbuka puasa, salah satunya Jalangkote yang menjadi primadona warga setempat. Jalangkote adalah salah satu makanan ringan populer khas Bugis dan Makassar. Beberapa orang mengaku buka puasanya terasa hambar tanpa jalangkote. Populernya Jalangkote sebagai menu untuk berbuka puasa di Kota Parepare tentu membuat pelaku usahanya meraup untung berlipat salah satunya Jalangkote 77 Tegal, yakni kedai miliknya bahkan sudah menyebar di sejumlah wilayah Kota Parepare. Harga jalangkotanya

² Ronal Edy T, dkk., Perancangan *Brand Identity* Jalangkote Lahalede, hal. 1 <http://eprints.unm.ac.id/16702/1/JURNAL.pdf>, diakses pada tanggal 22 April 2024.

biasanya dijual dengan harga Rp. 5000 untuk 3 sampai 4 biji tergantung dari ukuran dan isiannya.³

Setiap perusahaan harus berusaha untuk dapat memberikan kepuasan pada pelanggan apabila mereka ingin memenangkan persaingan dan mempertahankan kelangsungan hidupnya.⁴ Dalam islam juga membahas secara mendetail 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 dalam berbisnis tidak mungkin tidak mencari keuntungan. Kenyataannya hanya keuntunganlah yang menjadi satu-satunya motivasi atau daya tarik bagi masyarakat yang melakukan kegiatan bisnis atau pelaku bisnis. Friedman juga berpendapat bahwa mencari keuntungan bukan hal yang tidak baik karena semua orang memasuki bisnis selalu mempunyai motivasi dasar, yaitu mencari keuntungan karena sudah menjadi hakikat dasar oleh pelaku bisnis.⁵

Zaman atau era bisnis yang modern saat ini, dalam menghadapi dan mewujudkan suatu persaingan yang sehat dalam bisnis, dibutuhkan adanya aturan yang juga dikenal dengan istilah etika bisnis. Etika bisnis sangat berperan penting didalam dunia bisnis atau dalam bermuamalah karena sangat bermanfaat untuk mengendalikan persaingan bisnis agar tidak menyalah atau menyalahi norma-norma yang telah ada karena pada dasarnya etika adalah moral atau standar yang menyangkut benar/salah atau baik/buruknya suatu perbuatan dan salah satunya ialah perbuatan-perbuatan yang

³ Indozone Food, Jadi Gorengan Primadona di Parepare, Jalangkote Diburu Warga Buat Takjil Buka Puasa, <https://food.indozone.id/resep/941259979/jadi-gorengan-primadona-di-parepare-jalangkote-diburu-warga-buat-takjil-buka-puasa>, diakses pada tanggal 22 April 2024.

⁴ Anung Pramudyo, *Mewujudkan Pelayanan Yang Memuaskan Pada Pelanggan* (JBMA – Vol. III, No. 1, Maret 2016), h. 32.

⁵ Agus Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis* (Cet. II: Jakarta: Rajawali Pers, 2011), h. 22.

dilakukan dalam berbisnis, dan persaingan bisnis juga dapat dinilai etis apabila memenuhi seluruh norma-norma bisnis yang ada.

Tujuan lain dari etika bisnis adalah untuk menciptakan lingkungan yang memungkinkan individu untuk bertindak secara etis dalam kegiatan bisnis mereka, bukan untuk mengubah pandangan moral pribadi seseorang, tetapi untuk memperkuat keyakinan moral tersebut. Etika bisnis bertujuan agar setiap orang percaya pada kemampuan mereka untuk membuat keputusan yang benar, adil, dan transparan..⁶ Dengan demikian seseorang yang melakukan kegiatan bisnis dapat mengetahui bahwa ia melakukan kegiatan bisnis bukan semata-mata hanya mencari keuntungan saja melainkan juga untuk mencari ridho Allah swt, dengan cara yang benar, mementingkan kepuasan konsumen dengan tidak melakukan kecurangan-kecurangan atau unsur-unsur tertentu 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 مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Terjemahnya:

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang bathil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”⁷

Ayat diatas menjelaskan bahwa Allah swt melarang kita memakan harta secara bathil atau tidak sesuai dengan anjuran/aturan hukum syar’I seperti riba atau hal yang

⁶ Bambang Eko Turisno, *Etika Bisnis Dalam Hubungannya Dengan Transformasi Global Dan Hukum Kontrak Serta Perbuatan Melawan Hukum* (Jurnal MMH, Jilid 40, N0. 3, Tahun 2011), h. 31.

⁷ Kementerian Agama, *Al-Quran Dan Terjemahnya* (Jakarta: CV. Darus Sunnah, 2007), h. 107.

serupa lainnya yang mengandung unsur penipuan, namun yang sangat dianjurkan adalah jual beli dengan jalan suka sama suka atau saling ridho dan tidak ada unsur paksaan dan penyesalan yang dapat merugikan salah satu pihak. Tetapi pada kenyataannya tetap saja masih ada Sebagian dari kecil pelaku usaha bisnis termasuk didalamnya penjual gorengan seperti Jalangkote di Kota Parepare yang belum diketahui bagaimana mereka melakukan atau menerapkan cara-cara atau unsur-unsur tertentu ke dalam proses penjualannya, seperti minyak yang digunakan untuk menggoreng tidak pernah diganti, hanya selalu ditambah apabila minyaknya sudah sedikit, sedangkan minyak itu cukup tiga kali digunakan.

Hal seperti itulah yang menyalahi atau melanggar etika bisnis dalam Islam karena hal tersebut sangat merugikan konsumen yang membeli atau mengonsumsinya walaupun jalangkote tersebut enak dan laris habis terjual tetapi merugikan para pembelinya.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, menjadi hal menarik bagi peneliti karena perilaku penjual gorengan Jalangkote yang sangat perlu menerapkan etika bisnis Islam dalam menjalankan usahanya. Peneliti ingin membahas lebih mendalam lagi dengan mengangkat judul “Perlindungan Konsumen Terhadap Layanan Usaha Jalangkote di Kota Parepare Berdasarkan Etika Bisnis Islam”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, maka peneliti bermaksud untuk mengangkat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana layanan usaha Jalangkote di Kota Parepare?
2. Bagaimana perlindungan konsumen terhadap layanan usaha Jalangkote di Kota Parepare?

3. Bagaimana etika bisnis Islam terhadap layanan usaha Jalangkote di Kota Parepare?

C. 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. Untuk mengetahui layanan usaha Jalangkote di Kota Parepare
2. Untuk mengetahui perlindungan konsumen terhadap layanan usaha Jalangkote di Kota Parepare.
3. Untuk mengetahui layanan usaha Jalangkote di Kota Parepare berdasarkan etika bisnis Islam

D. Manfaat Penelitian

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

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan, serta memberikan kontribusi khususnya dalam bidang ilmu hukum Islam/muamalah.
2. Penelitian ini diharapkan sebagai sarana untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis tentang peran perlindungan konsumen terhadap etika bisnis Islam. Disamping itu juga sebagai salah satu syarat untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Hukum

3. Penelitian ini diharapkan bisa dapat berguna bagi pihak IAIN pada umumnya sebagai pengembangan keilmuan, khususnya di Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam. Penelitian ini juga diharapkan menjadi penambah kepustakaan dan dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya yang membahas tentang hal yang sama dengan judul penelitian ini.
4. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para penjual dan pelaku bisnis lainnya.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa referensi yang dijadikan sebagai bahan acuan sesuai dengan skripsi yang akan diteliti oleh penulis, antara lain:

Penelitian yang dilakukan Rita Rulianti dengan judul “Analisis Etika Bisnis Islam dan Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli Produk Fashion di *Shopee* (Studi Kasus Pada *Online Store*)” menyatakan bahwa praktik jual beli di toko *online store* telah memenuhi syarat dan rukun jual beli *online* dalam Islam. Syarat dan rukun tersebut adalah pembayaran yang jelas dan tunai, barang ditangguhkan (barang tidak langsung diberikan ketika akad) dan harus jelas sifatnya, akadnya berupa jual beli, waktu penyerahan harus jelas, barang tersedia pada waktu yang telah ditentukan, dan jelas tempat penyerahannya.

Penerapan etika bisnis Islam di toko *online store* telah menerapkan prinsip ketauhidan dengan tidak menjual barang haram. Prinsip khendak bebas telah diterapkan oleh pelaku usaha dengan tidak memaksa konsumen untuk membeli produk di tokonya. Prinsip kejujuran dan prinsip keadilan tidak selalu diterapkan pelaku usaha, hal itu dikarenakan masih banyak konsumen yang merasa dirugikan dan belum mendapatkan haknya sebagai konsumen. Prinsip pertanggung jawaban jika dikaitkan berdasarkan wawancara dengan konsumen maka pelaku usaha tidak menerapkan prinsip pertanggung jawaban. Perlindungan hukum terhadap konsumen yang diatur dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999, jika dilihat berdasarkan hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha yang tertuang dalam Pasal

4 huruf (b), (c), (d), (h) dan Pasal 7 huruf (b) dan (f), toko *onlinestore* belum sepenuhnya memenuhi dalam hak konsumen dan kewajibannya sebagai pelaku usaha. Dalam hal pemberian kompensasi terhadap konsumen yang merasa dirugikan tidak dipenuhi oleh pelaku usaha.⁸

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Rita sama-sama membahas mengenai perlindungan konsumen dan juga etika bisnis Islam serta jenis penelitian yang digunakan juga yakni penelitian lapangan dengan, sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian dimana Rita memilih akun *online shop (shopee)* sebagai objek penelitiannya sedangkan pada penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah usaha jalangkote di Kota Parepare.

Penelitian yang dilakukan Lavia Vega Aldana dengan judul “Tinjauan Etika Bisnis Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Terhadap Penggunaan Alat Produksi Cincin” menyatakan bahwa ditinjau dari etika bisnis Islam, alat masak/produksi yang digunakan dalam produksi cincin hitam di Desa Jatisari Kecamatan Geger Kabupaten Madiun sudah sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam. Namun, penggunaan alat tersebut belum sesuai dengan Undang-undang Perlindungan Konsumen yaitu dalam pasal 4 ayat (1) dan ayat (3) tentang hak konsumen. Implikasi dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan sebagai upaya meningkatkan penerapan etika bisnis Islam dan aturan UU Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan konsumen bagi para produsen Cincin.⁹

⁸ Rita Rulianti, Analisis Etika Bisnis Islam dan Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli Produk Fashion di Shopee (Studi Kasus Pada Akun Onlinestore) (Skripsi Sarjana: UIN Raden Mas Said Surakarta, 2023), hal. xix.

⁹ Lavia Vega Aldana, Tinjauan Etika Bisnis Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Terhadap Penggunaan Alat Produksi Cincin, (Journal of Sharia and Economic Law, Vol. 1, No. 2, Tahun 2021), hal. 60.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Lavia yaitu sama-sama membahas tentang etika bisnis Islam dan Perlindungan Konsumen, sedangkan perbedaannya terletak pada objeknya dimana Lavia menggubakan Alat Produksi Cincin sebagai objek penelitiannya sedangkan penelitian ini memilih Jalangkote di Kota Parepare sebagai objek penelitian dan juga penelitian Lavia dalam bentuk jurnal sedangkan penelitian ini dalam bentuk skripsi.

Penelitian yang dilakukan Evita Premila dengan judul “Penerapan Perlindungan Konsumen Atas Jasa Catering Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Jasa Catering Di Kelurahan Tamanan Kecamatan Tulungagung Kabupaten Tulungagung)” menyatakan bahwa Pelaku usaha pada pelayanan jasa *catering* di Kelurahan Tamanan Kecamatan Tulungagung Kabupaten Tulungagung masih belum menerapkan hukum perlindungan konsumen berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dan etika bisnis Islam. Pada kenyataannya, pelaku usaha jasa *catering* masih banyak melakukan kesalahan atau kelalaian di dalam menekuni usaha jasa *catering* tersebut, yang membuat konsumen merasa dirugikan.

Pelayanan jasa *catering* di Kelurahan Tamanan Kecamatan Tulungagung Kabupaten Tulungagung, dalam hal tanggung jawab berupa ganti rugi sudah diterapkan oleh pelaku usaha kepada konsumen sesuai dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan etika bisnis Islam. Tidak hanya pelaku usaha jasa *catering* di Kelurahan Tamanan Kecamatan Tulungagung Kabupaten Tulungagung saja yang melakukan kesalahan atau kelalaian terhadap konsumennya. Akan tetapi, hal ini juga dilakukan oleh konsumen pada jasa *catering*. Dikarenakan bahwa kurangnya pengetahuan terkait hukum perlindungan

konsumen dan etika bisnis Islam antara pelaku usaha dan konsumen, yang menjadikan hubungan diantaranya tidak seimbang.¹⁰

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Evita yaitu sama-sama membahas tentang etika bisnis dan juga perlindungan konsumen namun yang membedakan adalah penelitian Evita memilih objek penelitian yaitu jasa catering di kabupaten Tulungagung sedangkan penelitian ini memilih objek penelitian yaitu Jalangkote di Kota Parepare.

B. Tinjauan Teoritis

1. Perlindungan Konsumen

a. Pengertian Perlindungan Konsumen

Konsumen menurut UU No. 8 Tahun 1999 tentang hukum perlindungan konsumen dalam pasal 1 ayat (2) yaitu 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.¹¹ Perlindungan terhadap konsumen dipandang secara material maupun formal makin terasa sangat penting, dikarenakan majunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang mana menjadi motor penggerak bagi produktivitas dan efisiensi produsen atas barang atau jasa yang dihasilkan dalam rangka mencapai sasaran usaha. Untuk mengejar dan mencapai kedua hal tersebut, akhirnya baik langsung maupun tidak langsung konsumen lah yang pada umumnya akan merasakan dampaknya, dengan demikian upaya-upaya

¹⁰ Evita Premila Djiham Nuhqila, Penerapan Perlindungan Konsumen Atas Jasa Catering Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Jasa Catering Di Kelurahan Tamanan Kecamatan Tulungagung Kabupaten Tulungagung), (Skripsi Sarjana: IAIN Tulungagung, 2018), hal. xii.

¹¹ Celina Tri Siwi kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Sinar Grafika, 2018), h. 27.

untuk memberikan perlindungan yang memadai terhadap kepentingan konsumen merupakan suatu hal yang penting dan mendesak untuk segera dicari solusinya.

Berdasarkan Hukum internasional menurut Mochtar Kusumatmadja, Hukum konsumen adalah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah anatra berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang atau jasa konsumen dalam pergaulan hidup.

Berdasarkan rumusan yang diberikan Mochtar Kusumaatmadja, maka yang dimaksud hukum perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas-asas atau kaidah-kaidah hukum yang mengatur dan melindungi konsumen dalam *hubungan* dan masalahnya dengan para penyedia barang atau jasa konsumen.¹²

b. Aspek-Aspek Yang Mempengaruhi Pelaksanaan Perlindungan Konsumen

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

1) Aspek Ekonomi

Aspek ekonomi memegang peranan yang sangat penting dalam proses 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. Dengan mengonsumsi produk yang kualitasnya dibawah standar, masyarakat tidak lagi memikirkan tentang hak-haknya yang telah dirugikan.

¹² Firman Tumantara Endipradja, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Malang: Setara Press, 2015), h. 49.

Kondisi tersebut maka perlindungan konsumen susah diterapkan, sebab prinsip 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 halnya maka perlindungan konsumen dapat dijalankan, akan tetapi jika konsumen yang bersangkutan tidak menuntut hak-haknya maka perlindungan konsumen tidak dapat lagi dijalankan.

2) Aspek Hukum

Selanjutnya aspek hukum, aspek ini juga memiliki peran penting dalam pelaksanaan perlindungan konsumen. Dalam aspek ekonomi yang menjadi fokus utama adalah situasi ekonomi dari konsumen, sedangkan dalam aspek hukum yang menjadi fokus utamanya adalah bagaimana hukum diterapkan dalam rangka menjamin hak-hak konsumen untuk dilindungi dari berbagai hal yang tidak diinginkan atau yang dapat merugikan. Adanya UU No. 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 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 dan pengaruh produk asing yang akan merugikan bagi konsumen Indonesia.

4) Aspek Budaya

Pelaksanaan perlindungan konsumen tidak dapat terlepas dari faktor budaya yang berlaku dalam masyarakat karena hal tersebut berkaitan erat dengan kebiasaan masyarakat yang akan sangat berpengaruh atau menentukan sistem nilai yang berlaku di masyarakat tersebut. Perlindungan konsumen mengandung sistem nilai dan budaya tersendiri. Oleh karena itu, membutuhkan waktu yang lam dalam menerapkannya untuk menjadi budaya masyarakat.

c. Hak-Hak Konsumen

Secara umum dikenal ada 10 hak dasar konsumen, yakni:¹³

1) Hak konsumen mendapatkan keamanan

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

2) Hak untuk mendapatkan informasi yang benar

Setiap prpduk yang diperkenalkan kepada konsumen harus disertai dengan informasi yang benar. Informasi ini diperlukan agar konsumen tidak sampai mempunyai gambaran yang keliru atas produk barang/jasa. Informasi ini dapat disampaikan dengan berbagai cara, seperti lisan kepada konsumen,

¹³ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Sinar Grafika, 2018), h. 33-40.

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 mendapatkan tekanan dari pihak luar sehingga ia tidak lagi bebas untuk membeli atau tidak akan membeli. Seandainya ia jadi membeli, ia juga bebas menentukan produk mana yang akan ia beli.

5) Hak untuk mendapatkan produk barang/jasa sesuai dengan nilai tukar yang diberikan

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

6) Hak untuk mendapatkan ganti rugi

Jika konsumen merasakan kuantitas dan kualitas barang/jasa yang dikonsumsi tidak sesuai dengan nilai tukar yang diberikannya, ia berhak mendapatkan ganti rugi yang pantas. Jenis dan jumlah ganti rugi itu tentu saja

harus sesuai dengan ketentuan yang berlaku atas kesepakatan masing-masing pihak.

7) Hak untuk mendapatkan penyelesaian hukum

Hak untuk mendapatkan ganti rugi harus ditempatkan lebih tinggi daripada hak pelaku usaha (produsen/penyalur produk/penjual) 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 ini 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 negative persaingan curang

Jika terjadi persaingan antara pelaku usaha, dampak persaingan itu akan selalu dirasakan oleh konsumen. Jika persaingan sehat, konsumen akan 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.

2. Etika Bisnis Islam

a. Pengertian Etika Bisnis

Etika secara terminologis adalah “*the systematic study of the nature of value concept, 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.¹⁴

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 lain yang artinya kebiasaan atau cara hidup.¹⁵

Etika dan moralitas sering dianggap memiliki pengertian yang sama. Namun sesungguhnya antara etika dan moralitas memiliki pengertian yang berbeda, dan etika bisa mempunyai makna yang sama sekali berbeda dengan moralitas. Kata etika berasal dari Yunani yaitu *ethos* yang berarti adat istiadat atau kebiasaan. Dari pengertian tersebut, etika berkaitan dengan suatu kebiasaan hidup yang baik, baik terdapat pada diri seseorang maupun pada suatu kelompok atau masyarakat. Kebiasaan ini lalu teraplikasi ke dalam perilaku sehari-hari yang membentuk pola, dan terus berulang sehingga menjadi suatu kebiasaan.¹⁶

¹⁴ Faisal Badroen., et al., eds., *Etika Bisnis Dalam Islam* (Cet. II; Jakarta: Kencana, 2007), h. 5.

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

¹⁶ An Ras Try Astuti, *Etika Bisnis Islam (Kasus-Kasus Kontemporer)*, (Cet. I; Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2022), h. 90

Beretika dalam agama Islam memiliki kedudukan yang tinggi didalamnya karena dalam kehidupan didunia semua yang kita lakukan akan dimintai pertanggung jawabannya sesuai dengan perbuatan kita semasa hidup didunia. Sebagaiman firman Allah swt dalam Qs. Al-Baqarah ayat 143:

وَكَذَلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أُمَّةً وَسَطًا لِتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ وَيَكُونَ الرَّسُولُ عَلَيْكُمْ شَهِيدًا ۗ وَمَا جَعَلْنَا الْقِبْلَةَ الَّتِي كُنْتَ عَلَيْهَا إِلَّا لِنَعْلَمَ مَنْ يَتَّبِعِ الرَّسُولَ مِمَّنْ يَنْقَلِبُ عَلَى عَقْبَيْهِ ۗ وَإِنْ كَانَتْ لَكَبِيرَةً إِلَّا عَلَى الَّذِينَ هَدَى اللَّهُ ۗ وَمَا كَانَ اللَّهُ لِيُضِلَّ إِيْمَانَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ بِالنَّاسِ لَرَءُوفٌ رَحِيمٌ

Terjemahnya:

Dan demikian (pula) Kami telah menjadikan kamu (umat Islam), umat yang adil dan pilihan agar kamu menjadi saksi atas (perbuatan) manusia dan agar Rasul (Muhammad) menjadi saksi atas (perbuatan) kamu. Dan Kami tidak menetapkan kiblat yang menjadi kiblatmu (sekarang) melainkan agar Kami mengetahui (supaya nyata) siapa yang mengikuti Rasul dan siapa yang membelot. Dan sungguh (pemindahan kiblat) itu terasa amat berat, kecuali bagi orang-orang yang telah diberi petunjuk oleh Allah, dan Allah tidak akan menyia-nyiakan imanmu. Sesungguhnya Allah Maha Pengasih lagi Maha Penyayang kepada manusia.¹⁷

Ayat diatas menerangkan bahwa Allah swt menganjurkan kepada seluruh umat manusia pada ummnya, untuk dapat beretika selayaknya umat yang beragama, apalagi dalam berbisnis. Perilaku yang terdapat dalam diri masing-masing menjadi salah satu tolak ukur kita agar menjadi manusia yang beretika terhadap siapapun, terutama didalam dunia berbisnis. Untuk menerapkan Etika Bisnis yang sesuai dengan ajaran Islam pada sektor bisnis, terlebih dahulu ditanamkan nilai-nilai etika pada titik pangkal yang menjadi dasar kegiatan itu. Berarti Etika Bisnis Islam harus diterapkan terlebih dahulu

¹⁷ Kementerian Agama RI., Qur'an dan Terjemahannya, (Jakarta: Lajnah Pentashihan Al-Qur'an, 2019)

dibidang produksi ketimbanga bidang lainnya. Karena merupakan titik pusat dari kegiatan bisnis tersebut.¹⁸

Etika Bisnis Islam adalah seperangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dan yang buruk dalam suatu kegiatan bisnis dalam Islam. Dengan berpegang pada landasan ini maka setiap muslim yang berbisnis akan beraktifitas apapun akan merasa ada kehadiran pihak ketiga (Tuhan) di setiap aspek hidupnya. Keyakinan ini harus menjadi bagian integral dari setiap muslim dalam berbisnis. Hal ini karena bisnis dalam Islam tidak semata-mata orientasi dunia tetapi harus punya visi akhirat yang jelas.

Dengan kerangka pemikiran seperti itulah maka persoalan etika dalam bisnis menjadi sorotan penting dalam islam. Aktifitas ekonomi dan bisnis selalu menjadi relasi dengan Etika dan karena itu pula bisnis tidak bisa dilepaskan dari sosial budaya masyarakat di mana etika itu dipraktikkan. Pada hakikatnya tujuan penerapan aturan syariah perilaku bisnis adalah agar terciptanya pendapatan rezeki yang berkah dan mulia, sehingga akan mewujudkan pembangunan manusia yang berkeadilan untuk mencapai pemenuhan kebutuhan, kesempatan kerja penuh dan distribusi pendapatan yang merata tanpa harus mengalami ketidakseimbangan yang bekepanjangan di masyarakat.¹⁹

b. Macam-Macam Etika Dalam Bisnis

1) Etika Dalam Kegiatan Produksi

Definisi produksi menurut para ahli ekonomi adalah menciptakan kekayaan melalui eksploitasi manusia terhadap sumber-sumber kekayaan

¹⁸ An Ras Try Astuti, *Etika Bisnis Islam (Kasus-Kasus Kontemporer)*, h. 100

¹⁹ An Ras Try Astuti, *Etika Bisnis Islam (Kasus-Kasus Kontemporer)*, h. 101.

lingkungan. Kekayaan ala mini meliputi kekayaan flora dan fauna.²⁰ Kegiatan produksi berarti berarti membuat nilai yang bermanfaat atas suatu barang/jasa, produksi dalam hal ini tidak diartikan dengan membentuk fisik saja. Sehingga kegiatan produksi ini mempunyai fungsi menciptakan barang dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan. Berkaitan dengan etika produksi ini Allah berfirman dalam Qs. Al-Baqarah ayat 29:

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

Terjemahnya:

Dialah (Allah) yang menciptakan segala yang ada di bumi untukmu, kemudian Dia menuju ke (penciptaan) langit, lalu Dia menyempurnakannya menjadi tujuh langit. Dia Maha Mengetahui segala sesuatu.²¹

Jadi, akhlak utama yang wajib diperhatikan oleh kaum muslimin dalam produksi, baik secara individual maupun Bersama/kelompok ialah bekerja pada bidang yang dihalalkan oleh Allah swt.²² Tidak melampaui apa yang diharamkan-Nya menurut Qardhawi, tujuan produksi ialah untuk memenuhi kebutuhan setiap individu serta mewujudkan kemandirian umat.

2) Etika dalam kegiatan pemasaran

Bisnis tidak dapat dipisahkan dari aktivitas pemasaran. Sebab pemasaran merupakan aktivitas perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan atas program-program yang dirancang untuk menghasilkan transaksi pada target pasar, guna memenuhi kebutuhan perorangan atau kelompok berdasarkan asas

²⁰ Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta, Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN), h. 103.

²¹ Kementerian Agama RI., *Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Lajnah Pentashihan Al-Qur'an, 2019).

²² Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, h. 103.

saling menguntungkan, melalui pemanfaatan produk, harga, promosi, dan distribusi. Namun aktivitas pemasaran harus selalu mengedepankan konsep Islami yang mengharapkan rahmat dan ridha Allah swt. Dengan demikian, aktivitas pemasaran harus didasari pada etika dalam bauran pemasarannya yang diklasifikasikan sebagai berikut:²³

- a) Etika pemasaran dalam konteks produk
 - Produk dan halal dan thoyyib
 - Produk yang berguna dan dibutuhkan
 - Produk yang berpotensi ekonomi dan benefeit
 - Produk yang bernilai tambah yang tinggi
 - Dalam jumlah yang berskala ekonomi dan sosial
 - Produk yang dapat memuaskan masyarakat
- b) Etika pemasaran dalam konteks harga
 - Beban biaya produksi yang wajar
 - Sebagai alat kompetisi yang sehat
 - Diikuti dengan kemampuan daya beli masyarakat
 - Margin perusahaan yang layak
 - Sebagai alat daya tarik bagi konsumen
- c) Etika pemasaran dalam konteks distribusi
 - Kecepatan dan ketetapan waktu
 - Keamanan dan keutuhan barang
 - Sarana kompetisi memberikan pelayanan kepada masyarakat
 - Konsumen mendapat pelayanan tepat dan cepat

²³ Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, h. 100-101.

d) Etika pemasaran dalam konteks promosi

- Saran memperkenalkan barang
- Informasi kegunaan dan kualifikasi barang
- Sarana daya tarik barang terhadap konsumen
- Informasi fakta yang ditopang kejujuran

3) Etika dalam kegiatan konsumsi

Hal utama dalam kegiatan produksi adalah konsumsi, sebab ia yang mendorong terjadinya proses produksi dalam sebuah kegiatan bisnis yang disebut dengan konsumen. Mencari kepuasan tertinggi dari barang/jasa yang memenuhi kriteria kepuasan adalah tujuan utama konsumen. Meskipun demikian konsumen tetap harus mempertimbangkan *mashlahah* daripada *utilitas*. Pencapaian *mashlahah* merupakan tujuan dari syariat Islam yang tentu saja harus menjadi tujuan utama dalam kegiatan konsumsi.

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

c. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

1) Kesatuan (*unity*)

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 ialah yang dimaksud kesatuan. Dari konsep ini maka Islam menawarkan

perpaduan agama, ekonomi dan sosial demi membentuk kesatuan. Atas dasar pandangan inilah etika dan bisnis menajdi terpadu sehingga membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam bisnis yang sejalan dengan Islam.

2) Keseimbangan (*equilibrium*)

Keseimbangan (*'adl*) adalah 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 kebijakan. Dalam perniagaan, persyaratan adil yang paling mendasar ialah dalam bentuk mutu (kualitas) dan ukuran (kuantitas) pada setiap takaran maupun timbangan.

Sebagaimana dalam Qs. Al- An'aam ayat 152:

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ وَأَوْفُوا بِالْكَيْلِ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ
لَا نُكَلِّفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدِلُوا وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا ذَٰلِكُمْ وَصْنُكُمْ
بِهِ لَعَلَّكُمْ تَتَّقُونَ

Terjemahnya:

Janganlah kamu mendekati (mengggunakan) harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, sampai dia mencapai (usia) dewasa. Sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak membebani seseorang melainkan menurut kesanggupannya. Apabila kamu berbicara, lakukanlah secara adil sekalipun dia kerabat(-mu). Penuhilah pula janji Allah. Demikian itu Dia perintahkan kepadamu agar kamu mengambil pelajaran.²⁴

²⁴ Kementerian Agama RI., Qur'an dan Terjemahannya, (Jakarta: Lajnah Pentashihan Al-Qur'an, 2019).

Konsep keseimbangan ini juga dapat dipahami bahwa keseimbangan hidup di dunia dan akhirat dimana ada 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) Kehendak bebas (*Free will*)

Berdasarkan prinsip ini, manusia dianugerahi 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.

4) Tanggung Jawab (*responsibility*)

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

5) Kebenaran

Kebenaran dalam hal ini adalah lawan kata dari kesalahan yang mengandung unsur kebajikan dan kejujuran yang tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Kebajikan adalah sikap Ikhsan 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 adalah kemurahan hati, motif pelayanan, kesadaran akan adanya Allah dan aturan yang menjadi prioritas perilaku yang benar.²⁵ Yang meliputi proses akad (transaksi), proses mencari dan memperoleh komoditas, serta proses usaha pengembangan untuk meraih keuntungan (laba).

3. Jual Beli

a. Pengertian Jual Beli

Jual beli secara etimologis artinya mengganti dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Sedangkan menurut terminology jual beli adalah sebagai berikut:²⁶

²⁵ Faisal, et al., eds., *Etika Bisnis Dalam Islam*, h. 89-102.

²⁶ Syekh Abdurrahman as- Sa'di, et al. *Fiqih Jual Beli: Panduan Praktis Bisnis Syari'ah* (Jakarta: Senanyan Publishing, 2008), h. 143.

- 1) Pemilikan harta benda dengan cara tukar menukar yang sejalan dengan aturan *syara'*
- 2) Menukar barang dengan barang atau barang dengan uang dengan cara melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan
- 3) Saling tukar harta, saling menerimaa, dapat dikelola dengan ijab dan qabul, dengan cara yang sesuai dengan aturan *syara'*
- 4) Akad yang tegak atas dasar penukaran harta dengan harta, maka jadilah penukaran hak milik secara tetap.

Berdasarkan pendapat Hendi Suhendi dalam bukunya yang berjudul “Fiqh Muamalah” bahwa jual beli ialah pertukaran harta (benda) dengan harta berdasarkan cara khusus yang dibolehkan, antara kedua belah pihak atas dasar saling rela atau ridha atas pemindahan kepemilikan sebuah harta (benda), dan memudahkan milik dengan berganti yang dapat dibenarkan yaitu berupa alat tukar yang sah dalam ketentuan *syara'* dan disepakati.²⁷

Ulama Hanafiyah mendefinisikan jual beli dengan saling tukar menukar harta dengan harta melalui cara tertentu atau tukar menukar sesuatu yang diinginkan dengan yang sepadan melalui cara tertentu yang bermanfaat.

Sayyid Sabiq, mendefinisikan jual beli saling menukar harta dengan harta atas dasar suka sama suka. Pendapat lain mendefinisikan jual beli yaitu menukar barang dengan barang atau barang dengan uang dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan. Pendapat lain juga menyatakan, jual beli adalah saling tukar harta,

²⁷ Hendi Suhendi, Fiqh Muamalah, (Jakarta: PT Raja Grafindo persada, 2007), h. 68.

saling menerima, dapat dikelola (tasharruf) dengan ijab dan qabul, dengan cara yang sesuai dengan *syara*²⁸

Soebekti mendefinisikan jual beli sebagai perjanjian timbal balik dimana pihak yang satu (penjual) berjanji untuk menyerahkan hak milik atas suatu barang, sedangkan pihak lain (pembeli) berjanji untuk membayar harga yang terdiri atas sejumlah uang sebagai imbalan dari perolehan hak milik tersebut.

Dari beberapa definisi diatas dapat dipahami bahwa perkataan jual beli menunjukkan adanya perbuatan (aktivitas) dari satu pihak yang dinamakan “menjual”, sedangkan dari pihak yang lain dinamakan “membeli”. Adapun barang atau apa yang akan menjadi objek perjanjian jual beli dengan sendirinya harus tertentu (jelas), setidaknya-tidaknya dapat ditentukan wujud dan jumlahnya pada saat akan diserahkan kepada pembeli. Termasuk juga jelas secara hukum kepemilikan atas barang yang akan diperjual belikan. Karena kalau tidak, jelas tidak sah secara hukum, dan jika hal ini dilanjutkan maka jelas berpotensi menimbulkan masalah hukum di kemudian hari.²⁹

Perlu dipahami pula bahwa inti jual beli adalah suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai (manfaat) yang dilakukan atas dasar secara sukarela diantara kedua belah pihak, yang satu menyerahkan barang, sedangkan yang lain menerima sesuai perjanjian. Semua ini harus sesuai pula dengan ketentuan hukum yang berlaku, baik hukum *syara*’ maupun hukum positif yang berlaku.

²⁸ Muhammad Djakfar, Hukum Bisnis Membangun Wacana Integrasi Perundangan Nasional Dengan Syariah (Malang: Uin Maliki Press, 2013). h. 131.

²⁹ Muhammad Djakfar, Hukum Bisnis Membangun Wacana Integrasi Perundangan Nasional Dengan Syariah, h. 144.

Dilihat dari kompilasi hukum ekonomi syariah, pengertian jual beli (*bai'*) paling tidak harus memenuhi tiga unsur, yakni pihak-pihak, objek, dan kesepakatan. Unsur inilah yang disebut rukun dalam istilah syariah (muamalah), masalah rukun ini para ulama berbeda pendapat antara yang satu dengan yang lain

b. Dasar Hukum Jual Beli

Jual beli merupakan sarana tolong menolong antara sesama umat manusia dalam mencukupi kebutuhan hidup mereka. Jadi jual beli telah disahkan oleh Al-Qur'an, sunnah, dan Ijma' umat.

1) Dasar hukum Al-Qur'an

Terdapat beberapa ayat Al-Qur'an yang berbicara tentang jual beli, antara lain: Qs. Al-Baqarah Ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ
قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلَ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى
فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Terjemahnya:

Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya.³⁰

³⁰ Kementerian Agama RI., Qur'an dan Terjemahannya, (Jakarta: Lajnah Pentashihan Al-Qur'an, 2019).

Riba adalah haram dan jual beli adalah halal. Jadi tidak semua akad jual beli adalah haram sebagaimana yang disangka oleh sebagian orang berdasarkan ayat ini. Allah juga berfirman dalam Qs. An-Nisa' ayat 29:

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

Terjemahnya:

Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.³¹

Ayat ini melarang mengambil harta orang lain dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dengan perniagaan yang berlaku atas dasar kerelaan bersama. Menurut ulama tafsir, larangan memakan harta orang lain dalam ayat ini mengandung pengertian yang luas dan dalam, antara lain:

- a) Agama Islam mengakui adanya hak milik pribadi yang berhak mendapat perlindungan dan tidak boleh diganggu gugat.
- b) Hak milik pribadi, jika memenuhi nisabnya, wajib dikeluarkan zakatnya dan kewajiban lainnya untuk kepentingan agama, negara dan sebagainya
- c) Sekalipun seseorang mempunyai harta yang banyak dan banyak pula orang yang memerlukannya dari golongan-golongan yang berhak menerima zakatnya, tetapi harta orang itu tidak boleh diambil begitu saja tanpa seizin pemiliknya atau tanpa menurut prosedur yang sah.

³¹ Kementerian Agama RI., Qur'an dan Terjemahannya, (Jakarta: Lajnah Pentashihan Al-Qur'an, 2019).

Mencari harta dibolehkan dengan cara berniaga atau berjual beli dengan dasar kerelaan kedua belah pihak tanpa suatu paksaan. Karena jual beli yang dilakukan secara paksa tidak sah walaupun ada bayaran atau pengantinya. Dalam upaya mendapatkan kekayaan tidak boleh ada unsur zalim kepada orang lain, baik individu atau masyarakat. Tindakan memperoleh harta secara batil, misalnya mencuri, riba, berjudi, korupsi, menipu, berbuat curang, mengurangi timbangan, suap-menyuap, dan sebagainya. Selanjutnya Allah melarang membunuh diri.

Menurut bunyi ayat, yang dilarang dalam ayat ini ialah membunuh diri sendiri, tetapi yang dimaksud ialah membunuh diri sendiri dan membunuh orang lain. Membunuh orang lain berarti membunuh diri sendiri, sebab setiap orang yang membunuh akan dibunuh, sesuai dengan hukum kisas. Dilarang bunuh diri karena perbuatan itu termasuk perbuatan putus asa, dan orang yang melakukannya adalah orang yang tidak percaya kepada rahmat dan pertolongan Allah.

Kemudian ayat 29 ini diakhiri dengan penjelasan bahwa Allah melarang orang-orang yang beriman memakan harta dengan cara yang batil dan membunuh orang lain, atau bunuh diri. Itu adalah karena kasih sayang Allah kepada hamba-Nya demi kebahagiaan hidup mereka di dunia dan di akhirat.³²

2) Hadis

Adapun dalil sunnah diantaranya adalah hadis yang diriwayatkan dari Rasulullah SAW, beliau bersabda: “Sesungguhnya jual beli itu atas dasar saling ridha.” Ketika ditanya tentang usaha apa yang paling utama, Nabi SAW

³² Quran NU, <https://quran.nu.or.id/an-nisa'/29> (diakses pada 3 maret 2024).

menjawab: “Usaha seseorang dengan tangannya sendiri, dan setiap jual beli yang mabrur.” Jual beli yang mabrur adalah setiap jual beli yang tidak ada dusta dan khianat, sedangkan dusta itu adalah penyamaran dalam barang yang dijual, dan penyamaran itu adalah menyembunyikan aib barang dari penglihatan pembeli. Adapun makna khianat ia lebih umum dari itu sebab selain menyamarkan bentuk barang yang dijual, sifat, atau hal-hal luar seperti dia menyifatkan dengan sifat yang tidak benar atau memberitahu harga yang dusta.

Hukum jual beli juga dijelaskan pada hadits Rasulullah SAW. Ialah Hadits Rifa’ah ibnu Rafi’ yang berbunyi:

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ؟
قَالَ: عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ (رواه البرزاري والحاكم)

Artinya:

“Dari Rifa’ah ibnu Rafi’ bahwa Nabi Muhammad SAW, pernah ditanya: Apakah profesi yang paling baik? Rasulullah menjawab: “Usaha tangan manusia sendiri dan setiap jual beli yang diberkati”. (HR. Al-Barzaar dan Al-Hakim)³³

Jual beli yang mendapat berkah dari Allah adalah jual beli yang jujur, yang tidak curang, yang tidak mengandung unsur penipuan dan dan penghianatan.

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: التَّاجِرُ الصَّدُوقُ
الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ وَالصَّدِّيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ

Artinya:

“Dari Abi Sa’id dari Nabi SAW beliau bersabda: pedagang yang jujur (benar) dan dapat dipercaya nanti bersama-sama dengan Nabi, Siddiqin, dan Syuhada”. (HR. Tirmidzi).³⁴

³³ Al Hafidh Ibnu Hajar Al Asqalani, Bulughul Maram Min Adillatil Ahkam, Penerjemah Achmad Sunarto, Cet Ke-1, (Jakarta: Pustaka Amani, 1995), h. 303.

³⁴ HR. Tirmidzi, Kitab Al-Buyu“ Bab Maja-a Fit Tijaroti, Shahih, No. 1130

Hadits diatas menjelaskan tentang keberkahan dalam jual beli yaitu pedagang yang jujur, tidak curang, dan tidak mengandung unsur penipuan dalam berdagang.

3) Ijma

Adapun Ijma' Umat sepakat bahwa jual beli dan penekunannya sudah berlaku (dibenarkan) sejak zaman Rasulullah hingga hari ini. Ijma' adalah kesepakatan mayoritas mujtahidin diantara umat islam pada suatu masa setelah wafatnya Rasulullah SAW atau hukum syar'i mengenai suatu kejadian atau kasus.³⁵

Kaidah yang telah diuraikan diatas dapat dijadikan dasar atau hujjah dalam menetapkan hukum berbagai masalah berkenaan dengan jual beli. Dari dasar hukum sebagaimana tersebut diatas jual beli itu adalah mubah. Artinya jual beli itu diperbolehkan asal saja didalam jual beli tersebut memenuhi kebutuhan yang telah ditentukan didalam jual beli dengan syarat-syarat yang disesuaikan dengan hukum Islam.

Kebutuhan manusia untuk mengadakan transaksi jual beli sangat urgen, dengan transaksi jual beli seseorang mampu untuk memiliki barang orang lain yang diinginkan tanpa melanggar batasan syari'at. Oleh karena itu praktik jual beli yang dilakukan semenjak masa Rasulullah SAW, hingga saat ini menunjukkan bahwa umat telah sepakat akan disyari'atkannya jual beli. Agama Islam melindungi hak manusia dalam pemilikan harta yang dimilikinya dan memberi jalan keluar untuk masing-masing manusia untuk memiliki harta orang lain dengan jalan yang telah ditentukan, sehingga dalam Islam prinsip

³⁵ Abdul Mujid, *Al-Qowaidul Fiqhiyyah (Kaidah-Kaidah Ilmu Fiqh)*, Cet Ke-2, (Jakarta: Kalam Mulia, 2001), 25.

perdagangan yang diatur dalam kesepakatan kedua belah pihak yaitu penjual dan pembeli. Sebagaimana yang telah digariskan oleh prinsip muamalah, yaitu:³⁶

- a) Prinsip kerelaan
- b) Prinsip bermanfaat
- c) Prinsip tolong menolong
- d) Prinsip tidak terlarang

Berdasarkan kandungan ayat-ayat Allah, sabda-sabda Rasul dan ijma' diatas, para fuqaha bahwa hukum asal dari jual beli adalah mubah (boleh). Akan tetapi, pada situasi-situasi tertentu, hukum jual beli bisa berubah. Jual beli bisa menjadi mandub pada waktu harga mahal, bisa menjadi makruh seperti menjual mushaf, berbeda dengan Imam Ghozali sebagaimana dikutip dalam bukunya Abdul Aziz Muhammad Azzam yang berjudul fiqih Muamalah bahwa bisa juga menjadi haram jika menjual anggur kepada orang yang bisa membuat arak, atau menjual kurma basah kepada orang yang bisa membuat minuman arak walaupun pembeli adalah orang kafir.

Hukum asal jual beli adalah boleh, akan tetapi hukumnya bisa berubah menjadi wajib, mandub, makruh bahkan bisa menjadi haram pada situasi-situasi tertentu.³⁷

4) Kaidah Fiqih

الأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَةِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

³⁶ M. Daud Ali, Asas-Asas Hukum Islam, (Jakarta: Rajawali Press, 1991), 144.

³⁷ Abdul Aziz Muhammad Azzam, Fiqih Muamalah: Sistem Transaksi dalam Islam, Penerjemah Nadirsyah Hawari, (Jakarta: Amzah, 2010), 89-90.

Artinya:

“Hukum asal semua bentuk muamalah adalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya”.³⁸

Maksud kaidah ini adalah bahwa dalam setiap mu’amalah dan transaksi pada dasarnya boleh, seperti jual beli, sewa menyewa, gadai, kerja sama (mudharabah dan musyarakah), perwakilan, dan lain-lain. Kecuali yang jelas-jelas diharamkan seperti mengakibatkan kemudharatan, tipuan, judi dan riba.

الأَصْلُ فِي الْعَقْدِ رِضَى الْمُتَعَاقِدَيْنِ وَنَتِيجَتُهُ مَا إلتَزَمَاهُ بِاتِّعَاقِدِ

Artinya:

“Hukum asal transaksi adalah keridhaan kedua belah pihak yang berakad, hasilnya adalah berlaku sahnyanya yang dilakukan”.

Keridhaan dalam transaksi adalah merupakan prinsip. Oleh karena itu, transaksi barulah sah apabila didasarkan kepada keridhaan kedua belah pihak. Artinya, tidak sah suatu akad apabila satu pihak dalam keadaan terpaksa atau dipaksa atau juga merasa tertipu.³⁹

Dasar hukum di atas dapat dipahami bahwa, dalam sahnya akad jual beli harus adanya keridhaan antara kedua belah pihak yang melakukan transaksi jual beli.

c. Rukun dan syarat jual beli

1) Rukun jual beli

³⁸ Djazuli, Kaidah-Kaidah Fiqih: Kaidah-Kaidah Hukum Islam dalam Menyelesaikan Masalah Masalah yang Praktis, Ed.1, cet.1. (Jakarta: Kencana, 2006), 128.

³⁹ Djazuli, Kaidah-Kaidah Fiqih: Kaidah-Kaidah Hukum Islam dalam Menyelesaikan Masalah-Masalah yang Praktis, (Jakarta: Kencana, 2006), 128.

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 macam yaitu:⁴⁰

a) Ijab dan qabul

- 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.

- Shighat dan Qabul

Shighat akad ialah bentuk ungkapan dari ijab dan qabul apabila adanya akad *Iltizam* yang dilakukan kedua belah pihak, atau ijab saja apabila adanya 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 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.

⁴⁰ Ibn Mas'ud, *Fiqh Mazhab Syafi'I* (Bandung: Pustaka Setia, 2007), h. 26.

- 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 menyatakan ijab dan qabulnya.

c) Ma'qud 'Alaih (Objek Aqad dan Qabul)

Ma'qud 'Alaih ialah objek yang menjadi sasaran akad atau barang yang dijual (mabi') dan harga/uang (tsaman)⁴¹. 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

Adapun syarat-syarat jual beli menurut jumhur ulama ialah sebagai berikut:⁴²

a) Syarat- syarat orang yang berakad

- Berakal ialah seseorang yang telah baligh maka sah melakukan akad jual beli

⁴¹ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat* (Cet. I: Jakarta: Amzah, 2010), h. 180-186.

⁴² Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalat* (Cet. II: Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), h. 115

- Yang melakukan akad adalah orang yang berbeda ialah seseorang tidak dapat bertindak sebagai pembeli dan penjual
- b) Syarat-syarat terkait dengan Ijab Qabul
- Orang yang mengucapkan telah baligh dan berakal
 - Qabul sesuai dengan Ijab
 - Ijab dan Qabul dilakukan dalam satu majelis, ialah kedua belah pihak yang melakukan akad hadir dan membicarakan topik yang sama
- c) Syarat-syarat barang yang diperjual belikan (Ma'qud 'Alaihi)
- Barang itu ada, atau tidak ada ditempat, tetapi pihak penjual menyatakan kesanggupannya untuk mengadakan barang tersebut.
 - Dapat dimanfaatkan dan bermanfaat bagi manusia, oleh karena itu bangkai, khamar, dan darah tidak sah menjadi objek jual beli
 - Milik seseorang, barang yang sifatnya belum dimiliki seseorang tidak dapat diperjual belikan
 - Boleh diserahkan saat akad berlangsung pada waktu yang disepakati Bersama Ketika transaksi berlangsung
- d) Syarat-syarat nilai tukar barang (harga barang)
- Harga yang disepakati kedua belah pihak harus jelas jumlahnya
 - Boleh diserahkan pada waktu akad, sekalipun pembayarannya melalui cek atau kartu kredit

- Jual beli yang dilakukan dengan saling bertukar barang (*al-muqayadhah*) harus dengan barang yang tidak diharamkan oleh syara

Selain syarat-syarat yang telah diuraikan diatas para ulama fiqh juga mengemukakan bahwa jual beli dianggap apabila:⁴³

- a) 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
- b) Jual beli itu baru boleh dilakukan apabila yang berakad mempunyai kekuasaan untuk melakukan jual beli. Mislanya, apabila barang yang akan di jual adalah milik oran lain maka akad itu tidak boleh dilakukan apabila tidak memiliki kekuasaan untuk melaksanakan akad
- c) Akad jual beli harus mempunyai kekuatan hukum yang mengikat dan terbebas dari segala macam *khiyar* (hak pilih untuk meneruskan atau membatalkan jual beli). Apabila jual beli itu masih memiliki hak *khiyar* maka jual beli itu belum tentu memikat dan masih boleh dirahasiakan.

d. Macam-macam jual beli

- 1) Dari segi hubungan dan dengan objek jual beli.

⁴³ Abdul Rahman Ghazaly, et al., eds., Fiqh Muamalat, h. 71-78

Dilihat dari segi hubungan dengan objek jual beli, jual beli dibagi menjadi 3 yakni:⁴⁴

- Jual beli muqayadhad adalah jual beli barang dengan barang, jual beli seperti ini hukumnya shahih, barang tersebut sejenis maupun tidak sejenis. Apabila barang tersebut sejenis maka diisyaratkan tidak boleh ada riba (kelebihan)
- Jual beli sharf adalah jual beli tukar menukar atau jual beli emas dengan emas perak dengan perak, atau menjual keduanya dengan yang lain. Dan dalam jual beli ini memiliki syarat yaitu: kedua jenis mata uang harus sama nilainya, tidak boleh lebih. Tunai, apabila emas ditukar dengan emas dengan membayar maka tidaklah sah harus diserahkan dimajelis
- Jual beli as-salam adalah dengan cara memesan barang terlebih dahulu dan disebutkan sifat dan ukurannya. Sedangkan pembayaran dilakukan tunai namun harus ditentukan pasti kualitas dan kuantitasnya

2) Dari segi harga dan ukuran.

Dilihat dari segi harga dan ukuran jual beli ini terbagi 4 yakni:

- Jual beli murabahah adalah jual beli barang sesuai harga asal ditambah dengan keuntungan dengan syarat-syarat tertentu.
- Jual beli tauliyah adalah jual beli barang sesuai dengan harga pertama tanpa tambahan.

⁴⁴ Helmi Karim, *Fiqh muamalah* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1993), h. 55-56

- Jual beli wadi'ah adalah jual beli barang dengan mengurangi harga pembelian

e. Macam-macam 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:

- 1) Jual Beli terlarang karena tidak memenuhi syarat dan rukun yaitu:
 - a) Jual beli yang zatnya haram, najis, atau tidak boleh diperjualbelikan, seperti babi, berhala, bangkai, dan khamar (minuman yang memabukkan).
 - b) Jual beli yang belum jelas, seperti jual beli buah-buahan yang belum tampak hasilnya dan jual beli barang yang belum tampak.
 - c) 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.
 - d) Jual beli yang menimbulkan kemudharatan, kemaksiatan, bahkan kemusyrikan. Seperti jual beli patung, salib, dan buku-buku bacaan porno.
 - e) Jual beli yang dilarang karena dianiaya, seperti menjual anak binatang yang masih bergantung pada induknya.

- f) Jual beli muhaqalah, ialah menjual tanaman-tanaman yang masih ada di sawah atau diladang.
 - g) Jual beli mukhadharah, ialah menjual buah-buahan yang masih hijau dan belum pantas dipanen.
 - h) 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
 - i) Jual beli munabadzah, ialah jual beli secara lempar melempar yaitu dua orang
 - j) 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.
- 2) Jual beli terlarang karena ada faktor lain yang merugikan pihak-pihak terkait:
- a) 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.
 - b) 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.

- c) Membeli barang dengan memborong untuk ditimbun, kemudian akan dijual ketika harga naik karena kelangkaan barang tersebut.
- d) 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.⁴⁵ 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 yang merasa dirugikan dan tidak akan menimbulkan kemudharatan bagi umat manusia.

C. Tinjauan Konseptual

Penelitian ini berjudul Peran Perlindungan Konsumen Terhadap Layanan Usaha Jalangkote di Kota Parepare Berdasarkan Etika Binis Islam, dan untuk lebih memahami maksud dari penelitian tersebut maka peneliti akan memberikan definisi dari masing-masing kata yang terdapat dalam judul penelitian tersebut, yakni:

- 1) perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.

⁴⁵ Abdul Rahman Ghazaly, et., eds., Fiqh Muamalat, h. 81-87.

- 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.⁴⁶
- 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 belikan⁴⁷
- 4) Jalangkote adalah usaha/bisnis yang memperdagangkan gorengannya dan menjadi objek yang akan diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan pengertian-pengertian tersebut di atas, maka yang penulis maksudkan dalam judul " Peran Perlindungan Konsumen Terhadap Layanan Usaha Jalangkote di Kota Parepare Berdasarkan Etika Binis Islam" ialah menyelidiki dengan sebenarnya etika bisnis terhadap perlindungan konsumen pada penjual jalangkote di Parepare.

D. Kerangka Pikir

kerangka piker yaitu kumpulan pola konseptual dan penjelasan antara ide yang dikemukakan oleh peneliti menurut tinjauan Pustaka, dengan melihat bagaimana teori yang disusun berkaitan dengan bermacam-macam faktor yan sudah ditetapkan sebagai masalah yang penting.⁴⁸

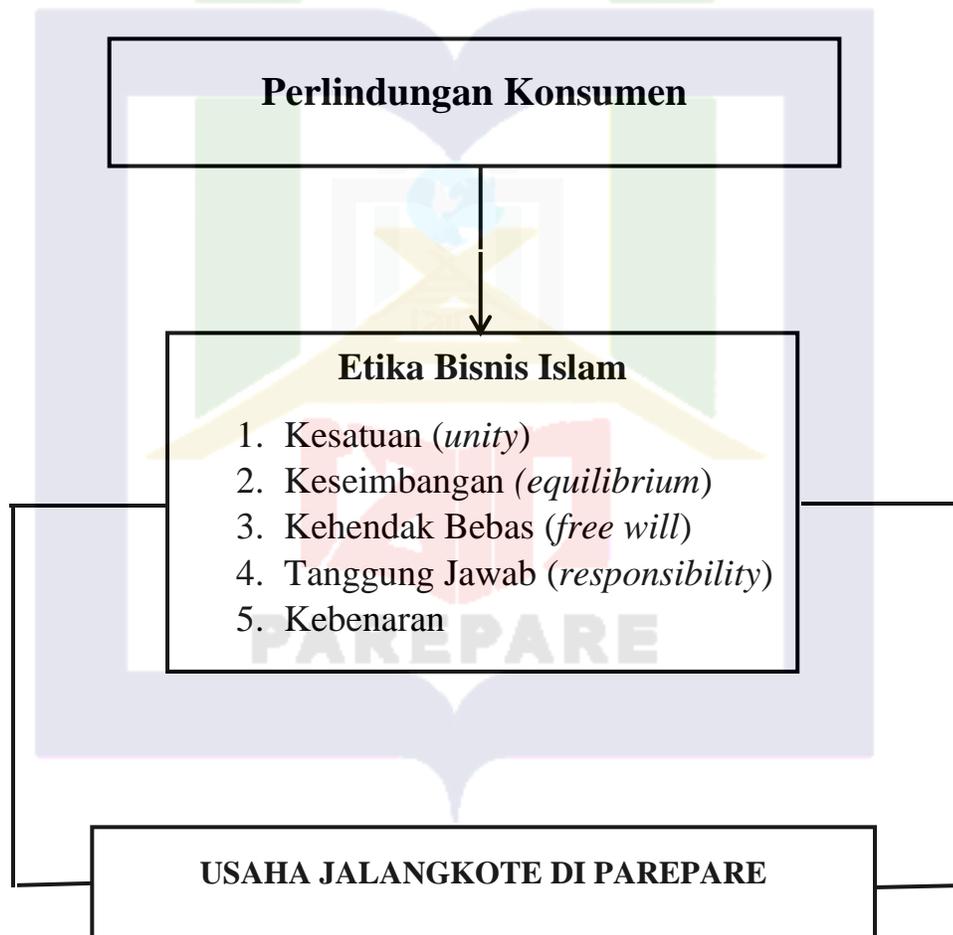
Perlindungan terhadap konsumen dipandang secara material maupun formal makin terasa sangat penting, mengingat makin lajunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang merupakan motor penggerak bagi produktivitas dan efesiensi produsen atas

⁴⁶ Faisal badroen, et., al., eds., Etika Bisni Islam, h. 15

⁴⁷ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*.h. 27.

⁴⁸ Uma Sekaran, *Business Research dalam Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 93

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.



BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian menggambarkan proses yang dilalui peneliti dalam mengumpulkan, menganalisis, dan menafsirkan data sehingga dapat diperoleh temuan penelitian. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada pedoman penelitian Karya Ilmiah yang diterbitkan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare tahun 2020, tanpa mengabaikan buku-buku metodologi tersebut. Metode penelitian buku tersebut mencakup beberapa bagian yakni:⁴⁹

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Berdasarkan pada judul yang diangkat oleh peneliti, maka penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (field research) yaitu suatu penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengangkat data yang ada di lapangan. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan informasi langsung dari pelaku usaha jalangkote di Kota Parepare dengan menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif, sumber data penelitian kualitatif yaitu suatu penelitian yang menggambarkan atau melaporkan suatu objek penelitian dengan mengomparasikan antara teori dan kenyataan yang terjadi di lapangan, apakah ada kesenjangan atau mungkin kesamaan antara teori dengan kenyataan yang ada di lapangan kemudian di analisis berdasarkan tujuan penelitian.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Kota Parepare.

2. Waktu Penelitian

⁴⁹Tim penyusun, *Penulisan Karya Ilmiah Berbasis Teknologi Informasi Institut Agama Islam Negeri Parepaer Tahun 2020*, h.24.

Adapun waktu penelitian dilaksanakan dalam waktu kurang lebih 2 bulan lamanya disesuaikan dengan kebutuhan penelitian.

C. Fokus Penelitian

Berdasarkan judul dari penelitian ini, maka peneliti akan menfokuskan diri untuk meneliti tentang perlindungan konsumen terhadap layanan usaha jalangkote di kota Parepare, dimana studi ini membahas tentang bisnis yang dilakukan berdasarkan tinjauan etika bisnis Islam dan prinsip etika bisnis Islam.

D. Jenis dan Sumber Data

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung sebagai sumber pertama terkait dengan permasalahan yang akan dibahas, dan diperoleh melalui teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Adapun sumber data yang diperoleh di lapangan yaitu dengan melakukan wawancara langsung kepada pemilik atau pelaku serta konsumen usaha jalangkote di Kota Parepare.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari buku-buku sebagai data penunjang dalam perolehan data primer. Dalam hal ini data sekunder diperoleh dari buku, internet, artikel, dokumentasi-dokumentasi, serta tulisan-tulisan lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah strategis yang dilakukan oleh peneliti dengan tujuan untuk memperoleh data yang relevan. Adapun teknik

pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data dalam penyusunan proposal ini yaitu menggunakan teknik penelitian lapangan (*Field Research*). Teknik penelitian ini peneliti turun langsung ke lapangan untuk memperoleh data-data kongkret yang berhubungan dengan permasalahan dalam penelitian ini. Adapun teknik yang digunakan untuk memperoleh data-data di lapangan yang sesuai yaitu:

1. Observasi

Data dapat diperoleh melalui pengamatan terhadap gejala yang diteliti dalam hal ini. Panca indera manusia (penglihatan dan pendengaran) diperlukan untuk menangkap gejala yang diamati. Hasil penangkapan tersebut dicatat dan selanjutnya dianalisis oleh peneliti untuk menjawab masalah penelitian. Tujuan penelitian terutama adalah mencatatkan atau mendeskripsikan perilaku objek serta memahaminya. Atau, bisa juga hanya ingin mengetahui frekuensi suatu kejadian.⁵⁰

2. Wawancara

Wawancara biasanya dilakukan bentuk pertemuan formal, dimana si peneliti sangat diperlukan keterampilannya bertanya untuk menggali informasi yang diperlukan. Adapun disini yang menjadi informan penelitian saya disini yaitu Pemilik atau pelaku serta konsumen usaha Jalangkote di Kota Parepare.

3. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dokumentasi ini, peneliti dapat memperoleh informasi bukan dari orang sebagai narasumber, tetapi mereka memperoleh informasi dari macam-macam sumber yang tertulis atau dari dokumen yang ada pada informan.

⁵⁰ I Made Wirartha, *Pedoman Penulisan Usulan Penelitian, Skripsi, dan Tesis*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2006), h.37.

Teknik dokumentasi dalam penelitian kualitatif merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi wawancara.

Dalam penelitian ini dokumentasi diperoleh dari pemilik atau pelaku usaha yang diwawancarai berupa data, foto, screenshot atau segala bentuk dokumentasi yang merekam aktivitas di Jalangkote di Kota Parepare.

F. Uji Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan data yang tidak berbeda antara data yang diperoleh peneliti dengan data yang terjadi sesungguhnya pada objek peneliti sehingga keabsahan data yang disajikan dapat dipertanggungjawabkan. Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif yaitu:

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber merupakan membandingkan dan mengecek kembali derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui sumber yang berbeda. Seperti membandingkan hasil pengamatan dengan hasil wawancara dan membandingkan dengan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi serta membandingkan hasil wawancara dengan metode yang ada.⁵¹

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi Teknik adalah penggunaan beragam teknik pengungkapan data yang dilakukan kepada sumber data. Menguji kredibilitas data dengan triangulasi teknik yaitu mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik berbeda.⁵²

⁵¹ Bachtiar S. Bachri, *Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif*, (Teknologi Pendidikan 10, no. 1, 2010), h. 56.

⁵² Djam'an Satory dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta Cv, 2017), h. 171

Dalam triangulasi metode dapat dilakukan dengan menggunakan lebih dari satu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan data yang sama yaitu dapat berupa Observasi, Dokumentasi, dan Wawancara.

G. Teknik Analisis Data dan Pengolahan Data

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis kualitatif. Tiga komponen utama analisis kualitatif adalah reduksi data, sajian data, dan penarikan simpulan atau verifikasi. Tiga komponen tersebut terlibat dalam proses dan saling berkaitan serta menentukan hasil akhir.⁵³

Pengelolaan data yang dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif dengan melihat apa saja yang menjadi aspek-aspek penelitian. Data yang diperoleh dari hasil pengumpulan data baik dari wawancara, observasi dan dokumentasi selanjutnya akan dianalisa, yaitu dengan menggambarkan dalam sebuah kata-kata berdasarkan hasil yang diperoleh.

Analisis data pada penelitian kualitatif pada dasarnya dilakukan sejak memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan. “Analisis data adalah sebuah pegangan bagi peneliti”, dalam kenyataannya analisis data kualitatif berlangsung selama proses pengumpulan data dari pada setelah selesai pengumpulan data.⁵⁴

1. Reduksi Data (Data reduction)

Reduksi Data adalah suatu komponen proses seleksi, menfokuskan, dan penyederhanaan. Reduksi data berlangsung sejak penelitian mengambil keputusan tentang kerangka kerja konseptual, melakukan pemilihan kasus dan menyusun pertanyaan penelitian.

⁵³Lexy J Meleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Tasito, 2007), h. 178.

⁵⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Cet. II: Bandung: Alfabeta, 2010), h.336.

2. Penyajian Data (Display data)

Penyajian data adalah penyajian informasi yang memungkinkan penelitian dapat dilakukan. Sajian ini merupakan rakitan kalimat yang disusun secara logis dan sistematis, sehingga biasa dibaca dan dipahami.

3. Verifikasi (Verification) atau kesimpulan

Langkah ke tiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles and Huberman adalah penarikan simpulan dan verifikasi. Simpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila simpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka simpulan yang dikemukakan merupakan simpulan yang kredibel.⁵⁵

Simpulan dalam penelitian kualitatif mungkin akan memberikan jawaban atas rumusan masalah yang telah dirumuskan sejak awal, akan tetapi mungkin juga tidak, karena seperti yang dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti melakukan penelitian di lapangan. Simpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran mengenai suatu objek tertentu yang sebelumnya belum pasti sehingga setelah diteliti menjadi pasti, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif.

⁵⁵ Djam'an Santori dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, h. 219-220

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. LAYANAN USAHA JALANGKOTE DI KOTA PAREPARE

Jalangkote di Kota Parepare menawarkan gorengan yang memiliki ciri khas masing-masing setiap penjual baik dari segi ukuran maupun rasa dari Jalangkote tersebut. Salah satu ciri khas jalangkote yang disukai banyak masyarakat adalah rasa dari racikan lombok Jalangkote yang menjadi pelengkap saat dimakan. Harga jalangkote yang ditawarkan oleh Jalangkote di Kec. Ujung, Bacukiki, dan Bacukiki Barat bervariasi mulai dari Rp. 5000 per 3 biji, Rp. 10.000 per 7 biji dst, namun Jalangkote di Kec. Soreang mematok harga Jalangkote mulai dari Rp. 5000 per 4 biji, ini dipengaruhi dari ukuran Jalangkote yang dijual lebih kecil.

| Jalangkote 77 (Kec. Ujung, Bacukiki, dan Bacukiki Barat) | Jalangkote Lasinrang (Kec. Soreang) |
|---|--|
| Rp. 5000 per 3 biji | Rp. 5000 per 4 biji |
| Rp. 10.000 per 7 biji | Rp. 10.000 per 8 biji |
| Rp. 15.000 per 10 biji | Rp. 15.000 per 12 biji |
| Dst.. | Dst.. |

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa di Kota Parepare terdapat perbedaan harga jual jalangkote yang dilakukan oleh masing-masing pemilik usaha, perbedaan tersebut karena dipengaruhi oleh ukuran serta kualitas rasa yang dibuat oleh masing-masing penjual. Perbedaan inilah yang paling mempengaruhi konsumen untuk membeli jalangkote.

Jalangkote di Parepare, pelanggan diberi kebebasan untuk memilih berapa jalangkote yang ingin dibeli tanpa proses negosiasi karena harga-harga sudah tertera

dan dipajang di outlet. Pembelian dapat dilakukan secara langsung di toko maupun via chat melalui whatsapp, dan yang membeli dari berbagai kalangan dari anak-anak hingga dewasa. Setelah menentukan berapa jalangkote yang ingin dibeli, pembeli atau konsumen langsung membayar ditempat bagi yang membeli langsung dan membayar secara *transfer* bagi yang membeli melalui aplikasi Whatsapp.

“Pembelian jalangkote bisa dilakukan secara langsung, orang datang membeli atau bisa juga melalui pesan via whatsapp lalu datang mengambil sendiri ataupun kurir”⁵⁶

“Saya selalu datang langsung di outletnya karena sangat dekat dari rumah, karena jalangkote disini selalu tersedia tidak antri, kecuali bulan puasa biasanya antri karena banyak yang datang beli untuk buka puasa”⁵⁷

Berdasarkan hasil wawancara diatas, jalangkote di Kota Parepare memberikan pelayanan kepada konsumen untuk membeli secara langsung datang ke outlet ataupun pesan melalui chat Whatsapp untuk memudahkan konsumen untuk tidak mengantri pada saat membeli, namun begitu dibanding pesan melalui chat lebih banyak yang suka datang untuk membeli langsung karena untuk memastikan jalangkote yang dibeli masih fresh dari penggorengan atau masih dalam keadaan panas/hangat.

Jalangkote pada bulan Ramadhan merupakan takjil yang paling diminati oleh konsumen baik dari kaum muslim maupun non muslim. Jalangkote 77 merupakan makanan ringan populer yang ada di Parepare dimana outletnya tersebar di beberapa titik yakni di kec. Ujung, kec. Bacukiki, dan kec. Bacukiki barat tentunya membuat penjual meraup keuntungan yang berlipat, seperti yang dikatakan oleh penjual jalangkote 77 tegal Kota Parepare:

⁵⁶ Hapsa, Penjual, Wawancara di Outlet Jalangkote Lasinrang Kec. Soreang Kota Parepare, 27 Desember 2024”

⁵⁷ Isra, Konsumen, Wawancara di Outlet Jalangkote Lasinrang Kec. Soreang Kota Parepare, 26 Desember 2024.

“Pada saat bulan Ramadhan setelah ashar itu sudah ramai, menumpuk orderan sampai kewalahan sampai kita sediakan 2 wajan yang besar masih tetap kewalahan”⁵⁸

Jalangkote 77 ini telah memiliki nama yang besar diparepare ribuan jalangkote yang disediakan pada bulan puasa telah habis terjual sebelum waktu berbuka puasa tiba beberapa konsumen tidak kebagian karena kehabisan, konsumen mengatakan:

“Saya suka beli disini karena isian jalangkotanya lengkap, ada telur, ubi, mie, sayuran harganya juga sesuai dengan kualitasnya tapi saya pernah kehabisan karena lambat jadi saya usahakan pesan dahulu setelah ashar nanti mendekati buka puasa baru saya ambil karena jalangkote enak dimakan saat sedang panas/hangat”⁵⁹

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa jalangkote di Kota Parepare menjadi favorit warga parepare karena jalangkote yang dibuat sesuai dengan ekspektasi konsumen dengan menggunakan bahan-bahan yang komplit

Setiap aktivitas, khususnya dalam bentuk kegiatan usaha, tentunya diatur oleh norma-norma etika agar dapat menciptakan keharmonisan dan keselarasan antar individu. Hal yang sama berlaku dalam dunia bisnis, yang juga tidak terlepas dari etika, yaitu etika bisnis. Etika bisnis adalah aturan yang mengatur perilaku dan aktivitas dalam dunia usaha. Dalam Islam juga terdapat etika dalam aktivitas berbisnis/usaha. Adapun aktivitas dalam etika bisnis Islam yakni:⁶⁰

1. Jujur

Tanpa kejujuran, hubungan apapun, termasuk dalam dunia bisnis, tidak akan bertahan lama. Sebenarnya, dalam prinsip bisnis, interaksi yang memberikan keuntungan kecil namun berkelanjutan lebih bernilai dibandingkan keuntungan besar yang hanya didapatkan sekali atau dua kali saja.

⁵⁸ Hasnawati, Penjual, Wawancara di Outlet Jalangkote 77 Tegal Kec. Ujung Kota Parepare, 26 Desember 2024”

⁵⁹ Niniek, Konsumen, wawancara di outlet Jalangkote 77 Tegal Kec. Ujung Kota Parepare, 26 Desember 2024”

⁶⁰ Agus Ariyanto, Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis (Jakarta: Raja rafindo Persada, 2011), h. 27.

Sebagaimana yang dikatakan oleh Ibu Hasnawati penjual jalangkote 77 Tegal

Kec. Ujung Kota Parepare:

“Kita harus berlaku jujur kepada pembeli, baik itu mengenai produk yang kita jual maupun hal lainnya. Terutama karena proses pembuatan produk kita, seperti bahan isi jalkot yang dipotong, pembuatan adonan, hingga penggorengan, semuanya dapat dilihat langsung oleh pembeli. Dengan bersikap jujur, meskipun pembelian mereka sedikit, kita tetap mendapatkan keuntungan karena pembeli yang puas akan datang kembali untuk membeli”⁶¹

Kemudian yang dikatakan oleh pelanggan Jalangkote 77 Tegal Kec.

Ujung Kota Parepare:

“Kami sebagai pembeli lebih memilih penjual yang jujur dan dapat dijadikan langganan untuk membeli gorengan jalkot, terutama karena jalkot 77 Tegal ini rasanya enak. Ditambah lagi, penjualnya transparan (jujur) dalam proses pembuatan jalkot, sehingga kami sebagai pembeli merasa puas dengan kejujurannya.”⁶²

Salah satu wujud kejujuran seorang pelaku bisnis adalah komitmennya dalam jual beli dengan bersikap terbuka dan transparan, sehingga dapat menciptakan ketenangan dalam hati. Bentuk kejujuran lainnya adalah memastikan bahwa pebisnis dalam memasarkan produknya tidak terlibat dalam iklan yang menipu, sumpah palsu, atau memberikan informasi yang salah tentang barang dagangannya untuk menipu calon pembeli.

2. Amanah

Islam mengharuskan pelaku usaha untuk memiliki sikap amanah, baik terhadap dirinya sendiri maupun orang lain. Seorang pebisnis yang amanah harus mampu menjelaskan secara jujur mengenai harga barang dan keuntungan yang diperolehnya. Selain itu, dia juga harus memberitahukan kepada pembeli jika ada kekurangan atau cacat pada barang/produk yang dijualnya.

⁶¹ Hasnawati, Penjual, Wawancara di Outlet Jalangkote 77 Tegal Kec. Ujung Kota Parepare, 26 Desember 2024”

⁶² Niniek, Konsumen, wawancara di outlet Jalangkote 77 Tegal Kec. Ujung Kota Parepare, 26 Desember 2024”

Sebagaimana yang dikatakan oleh Dende penjual Jalangkote 77 Mattirotasi

Kec. Bacukiki Barat Kota Parepare:

“Untuk harga, kami sudah menetapkan harga sesuai dengan ukuran dan kualitas, yaitu Rp. 5000 untuk 3 biji jalkot. Namun, kami tidak memberitahukan tentang laba yang kami peroleh, karena sebenarnya laba yang didapat tidak terlalu banyak. Meski begitu, jika ada ketidaksesuaian atau cacat pada produk, kami pasti akan memberitahukan kepada pelanggan”.⁶³

Kemudian menurut oleh pelanggan jalangkote 77 Mattirotasi Kec. Bacukiki Barat Kota Parepare:

“Penjual jalkot yang pernah saya beli selalu terbuka mengenai harga jalkotnya, bahkan harga gorengan jalkot tersebut dipajang dengan jelas”.⁶⁴

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.

Sebagaimana yang dikatakan oleh Try Wanti penjual Jalangkote 77 Perumnas

Kec. Bacukiki Kota Parepare:

“Di sini, kami tidak memperoleh keuntungan yang terlalu besar; dalam mengambil keuntungan, kami berusaha untuk tetap wajar. Jika pembeli mengembalikan jalkot dengan alasan produk yang diterima cacat atau tidak sesuai, kami akan menerima pengembalian tersebut dan menukarnya dengan jalkot yang lebih baik atau baru”.⁶⁵

Kemudian menurut pembeli Jalangkote 77 Perumnas & Tegal Kota Parepare:

⁶³ Dende, Penjual, wawancara di outlet Jalangkote 77 Mattirotasi Kec. Bacukiki Barat Kota Parepare, 27 Desember 2024”

⁶⁴ Muhammad Yusdiawan, Konsumen, wawancara di outlet Jalangkote 77 Mattirotasi Kec. Bacukiki Barat Kota Parepare, 27 Desember 2024”

⁶⁵ Try Wanti, Penjual, wawancara di outlet Jalangkote 77 Perumnas Kec. Bacukiki Kota Parepare, 26 Desember 2024”

“Saya sebagai pembeli lebih menyukai harga yang terjangkau dan sesuai dengan kualitas serta ukuran. Namun, jika saya mendapati jalkot yang tidak sesuai dan merasa tidak puas, saya akan menerimanya, tetapi tidak mengonsumsinya”⁶⁶

“Jika saya mendapati jalkot yang tidak sesuai misalnya jalkotnya bocor atau berminyak sekali atau bahkan berbau saya kan langsung meminta diganti dengan yang baru namun jika sudah tidak ada jalkot lainnya yang lebih baik atau bagus maka lebih baik saya meminta uang saya dikembalikan”.⁶⁷

4. Pemenuhan janji dan perjanjian

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 berkaitan dengan bisnis mereka.

B. PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP LAYANAN USAHA JALANGKOTE DI KOTA PAREPARE

Konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang hukum perlindungan konsumen dalam pasal 1 ayat (2) yaitu: 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 diperdagangkan.⁶⁸ 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 dihasilkan dalam rangka mencapai sasaran usaha. Adapun perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha yakni:⁶⁹

⁶⁶ Meli, Konsumen, wawancara di outlet Jalangkote 77 Perumnas Kec. Bacukiki Kota Parepare, 26 Desember 2024”

⁶⁷ Niniek, Konsumen, Wawancara di Outlet Jalangkote 77 Tegal Kec. Ujung Kota Parepare, 26 Desember 2024”

⁶⁸ Celina Tri Siwi kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Sinar Grafika, 2018), h. 27.

⁶⁹ Lastini, Perbuatan yang Dilarang Bagi Pelaku Usaha Menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, *Lex Privatum*, Vol. IV, No. 6 Juli, 2016, h.70.

1. pelaku usaha dilarang memproduksi dan memperdagangkan barang atau jasa yang:

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

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

- j. Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundangundangan yang berlaku

Fokus pada aspek hukum adalah bagaimana penerapan hukum untuk memastikan perlindungan hak-hak konsumen dari berbagai hal yang dapat merugikan mereka. Hal ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, Pasal 4, mengenai hak-hak konsumen:⁷⁰

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif

⁷⁰ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Pasal 4

- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Apabila konsumen merasa dirugikan, pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi sesuai dengan yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, Pasal 19, mengenai tanggung jawab pelaku usaha, yang berbunyi:

- a. Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
- b. 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.
- c. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
- d. 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.
- e. 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 jalangkote 77 Tegal Kec. Ujung Kota Parepare mengatakan bahwa:

“Kalau disini tidak pernah ji saya dapat penjual jalangkote yang tidak terapkan etika bisnis, mulai dari cara pengelolaannya sampai cara menetapkan harganya sudah sesuai, walaupun ada jalangkote yang lain-lainmi modelnya jalangkotonya ataukah bocor isinya pasti langsung digantikan dengan yang bagus. Jadi menurutku penjualnya sudah menerapkan etika bisnis dengan baik”⁷¹

Kemudian pelanggan jalangkote 77 Pdrumnas Kec. Bacukiki Kota Parepare mengatakan bahwa:

“Kadang saya dapat jalangkote yang mulai bau tepung, mungkin itu karena tepung adonannya tidak baik, dan menurut saya itu tidak layak dikonsumsi karena dapat mengakibatkan perut sakit. Jadi Ketika saya mendapati hal seperti itu saya akan langsung memberitahukan penjualnya dan saya akan mengingatkan untuk lebih memperhatikan bahan yang digunakan jangan menggunakan bahan yang tidak layak”⁷²

Hasnawati penjual Jalangkote 77 Tegal Kec. Ujung kota parepare mengatakan bahwa:

“Jika ada pelanggan yang protes karena jalangkote yang di beli tidak sesuai dengan ekspektasi entah itu jalangkotonya dingin atau bocor dan lain-lain maka kita sebagai penjual dengan sigap menggantikan dengan yang lebih baru kadang bahkan kita berikan 1-2 biji jalangkote sebagai bentuk maaf dari kita tetapi itu tidak sering tergantung ketersediaan stok jalangkote yang ada”⁷³

Dari pernyataan diatas maka perlindungan konsumen dari aspek hukumnya sudah diterapkan dengan baik karena ketika konsumen atau pelanggan mendapati jalangkote yang tidak sesuai atau yang merugikan mereka maka penjual dengan sigap mengganti jalangkote yang dibeli dengan jalangkote yang lebih fresh dan baru.

⁷¹ Niniek, Konsumen, Wawancara di Outlet Jalangkote 77 Tegal Kec. Ujung Kota Parepare, 26 Desember 2024.

⁷² Meli, Konsumen, Wawancara di Outlet Jalangkote 77 Perumnas Kec. Bacukiki Kota Parepare 26 Desember 2024.

⁷³ Hasnawati, Penjual, Wawancara di Outlet Jalangkote 77 Tegal Kec. Ujung Kota Parepare, 26 Desember 2024.

C. ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP LAYANAN USAHA JALANGKOTE DI KOTA PAREPARE

Etika merupakan ilmu yang berisi patokan-patokan mengenai apa-apa yang benar atau salah, yang baik atau yang buruk, yang bermanfaat atau tidak bermanfaat.⁷⁴ Konsep sosial memberikan batasan terhadap kebebasan dan kemampuan manusia untuk berekspresi serta berinovasi, dengan tetap berpegang pada norma etika moral yang dikenal sebagai akhlak karimah. Konsep ini juga berkaitan dengan bagaimana individu menjalankan interaksi sosialnya, yang dikenal sebagai bermuamalah. Dalam konteks bermuamalah, secara mikro, diatur perpindahan kepemilikan yang disebut dengan jual beli. Seorang konsumen tidak akan bertindak merugikan dengan mengambil keuntungan yang berlebihan. Adapun prinsip-prinsip etika bisnis Islam sebagai berikut:

1. Kesatuan (*Unity*)

Kesatuan adalah prinsip-prinsip yang tercermin dalam konsep tauhid, yang mengintegrasikan seluruh aspek kehidupan manusia, baik dalam bidang politik, sosial, maupun ekonomi, sehingga membentuk satu kesatuan yang homogen dan konsisten, teratur, serta menyeluruh. Perbuatan, sikap, dan perilaku yang lurus dinyatakan logis mencerminkan sikap dan perbuatan yang baik, sesuai dengan perintah Allah swt dan sesuai dengan tolak ukur dan penilaian Allah swt (bersifat mutlak atau pasti kebenarannya).⁷⁵

- Penetapan Harga dan Produk

⁷⁴ Muhammad & Alimin, *Etika & Perlindungan Konsumen Dalam Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: BPFE, 2004), h. 61.

⁷⁵ Muslich, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: EKONSIA, 2010), h. 27-28.

Produk yang ditawarkan oleh penjual Jalangkote di Kota Parepare bervariasi semua tergantung dari ukuran serta kualitas bahan yang digunakan dan tentunya menciptakan rasa yang enak dan gurih. Adapun penetapan harga jalangkote di Kota Parepare menetapkan harga produknya sesuai dengan ukuran dan kualitasnya. Sebagaimana yang dikatakan oleh penjual Jalangkote Kec. Bacukiki Barat dan Kec. soreang Kota Parepare:

“Jalangkote yang kami jual itu harganya sesuai dengan ukuran serta kualitasnya yang tidak diragukan lagi, kami menerapkan harga Rp. 5000 per 3 biji dan hampir”⁷⁶

“Kami menjual jalangkote dengan harga Rp. 5000 per 4 biji, banyak yang suka jalangkote disini karena harganya ramah di kantong dan rasanya juga dijamin enak, terbukti karena sudah 3 tahun lebih menjual alhamdulillah jalangkote disini selalu habis berate banyak yang suka”⁷⁷

Berdasarkan hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa harga jual jalangkote di Kota Parepare bervariasi, Ada yang Rp. 5000/4 biji dan Rp. 5000/3 biji ini dipengaruhi oleh faktor ukuran dan kualitas (bahan dan rasa). Penetapan harga produk dengan cara tersebut menunjukkan bahwa penjual jalangkote di Kota Parepare sudah mengikuti prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Hal ini mencerminkan prinsip Kesatuan, yang mengandung konsep *tauhid* yang harus diterapkan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam bisnis atau usaha jalangkote, yang mengintegrasikan konsep *tauhid* dalam dimensi ekonomi dan sosial.

2. Adil (*equilibrium*)

⁷⁶ Dende, Penjual, Wawancara di Outlet Jalangkote 77 Mattirotasi Kec. Ujung Kota Parepare, 26 Desember 2024”

⁷⁷ Hapsa, Penjual, Wawancara di Outlet Jalangkote Lasinrang Kec. Soreang Kota Parepare, 27 Desember 2024”

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam menghaturkan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Pengertian adil dalam Islam diserahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta dan 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 seorang tersebut pada kadzaliman.⁷⁸

- Proses/pelayanan dalam hal Empati

Proses merujuk pada seluruh prosedur nyata, mekanisme, dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan layanan. Elemen proses ini berperan penting dalam penyampaian jasa. Dalam pemasaran jasa, proses menjadi faktor utama, termasuk bagi pelanggan jasa itu sendiri. Bentuk pelayanan yang diberikan oleh penjual Jalangkote di Kota Parepare adalah dengan menunjukkan empati.

Sebagaimana dikatakan oleh Yusdi konsumen Jalangkote 77 Mattirotasi & Jalangkote Lasinrang Kota Parepae:

“Empati itu kayak peduli pada sesama. Seperti kalau ada pembeli yang datang tidak di beda-bedakan, mislanya karena ada yang duluan datang sedikitji nabeli sedangkan yang datang dibelakang lebih banyak mau dia beli, tapi penjual tetap layani sesuai antrian dan urutan siapa yang lebih duluan datang bukan karena siapa yang paling banyak mau nabeli”⁷⁹

“Empati itu bentuk perhatian atau saling pengertian antar sesama manusia dalam berbagai situasi. Sebagai contoh, dalam usaha jalangkote, perhatian diberikan secara merata kepada semua pembeli, baik anak-anak, remaja, orang tua, perempuan, laki-laki, kaya, maupun miskin. Intinya, setiap pembeli harus menerima pelayanan yang sama”⁸⁰

⁷⁸ Faisal Badroen, Etika Bisnis Islam, h.89.

⁷⁹ Muhammad Yusdiawan, Konsumen, Wawancara di Outlet Jalangkote 77 Kec. Bacukiki Barat Kota Parepare, 27 Desember 2024”

⁸⁰ Isra, Konsumen, Wawancara di Outlet Jalangkote Lasinrang Kec. Soreang Kota Parepare, 26 Desember 2024.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa penjual jalangkote di Kota Parepare dengan memberikan pelayanan dengan cara tidak membeda-bedakan konsumen atau pelanggannya. Berarti bisnis/usaha jalangkote di Kota Parepare sesuai dengan prinsip etika bisnis islam, hal tersebut termasuk dalam prinsip Adil/keseimbangan.

3. Berkehendak Bebas (*free will*)

Allah SWT memberikan manusia kehendak bebas untuk mengatur kehidupannya sendiri, namun tetap mengingat bahwa manusia sesungguhnya dipandu oleh hukum-hukum yang diciptakan oleh-Nya. Manusia diberikan kemampuan untuk berpikir dan membuat keputusan, memilih jalan hidup yang diinginkan, dan yang terpenting, bertindak sesuai dengan aturan yang dipilih. Namun, ketika seseorang memilih untuk menjadi seorang Muslim, ia harus tunduk pada Allah SWT. Manusia menjadi bagian dari umat secara keseluruhan dan menyadari posisinya sebagai khalifah Allah di bumi.⁸¹

- Kebebasan Memilih Harga dan Produk

Harga dan produk yang ditawarkan oleh penjual Jalangkote di Kota Parepare memberikan konsumen kebebasan untuk memilih dan mengonsumsi gorengan sesuai dengan harga yang telah ditentukan. Penjual juga memberikan penjelasan kepada konsumen sebelum mereka memesan jalangkote dan mengetahui harga yang berlaku.

Sebagaimana yang dikatakan oleh Hapsa Penjual Jalangkote Kec. Soreang Kota parepare:

⁸¹ Muhammad, Etika Bisnis Islam, h.55.56.

“Kalau disini tidak terlalu mahalji, harganya itu hampir sama yang ditawarkan oleh penjual jalangkote yang lain, karena harga itu dipengaruhi dari ukuran dan kualitasnya rasanya”⁸²

Kemudian oleh Isra pelanggan jalangkote Lasinrang Kec. Soreang Kota Parepare:

“Kalau mengenai harga tidak terlalu mahalji ramah dikantong juga Rp.5000/4 biji cukup bikin kenyang mi, kadang juga ada penjual jalangkote saya dapat Rp. 5000/ 3 biji tapi itu sesuai ji memang dengan ukuran dan rasanya. Semua tergantung dari ukurannya”⁸³

Dari penjelasan diatas, maka dapat dikatakan bahwa produk yang dijual harus sesuai antara harga dan kualitasnya, karena terdapat harga yang bervariasi penjual jalangkote di Kota Parepare namun, semuanya tetap laris dikarenakan harga yang ditetapkan sesuai dengan ekspektasi ukuran dan kualitas jalangkote tersebut.

4. Tanggung Jawab (*responsibility*)

Kehendak bebas terkait erat dengan tanggung jawab. Manusia bertindak dengan kebebasan berdasarkan pemikiran dan kesadarannya sendiri tentang apa yang harus dilakukan untuk memperoleh penghasilan, mulai dari mengolah potensi hingga menghasilkan produk yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. Para pelaku bisnis harus dapat mempertanggungjawabkan setiap aktivitas bisnis mereka, baik kepada Allah maupun kepada pihak-pihak yang berkepentingan, untuk memenuhi prinsip keadilan.⁸⁴

- Promosi

Mengkomunikasikan dan memberikan informasi, baik berupa barang maupun jasa, kepada konsumen atau pembeli dengan tujuan mempengaruhi sikap dan perilaku mereka dalam melakukan pembelian. Promosi yang dilakukan oleh

⁸² Hapsa, Penjual, Wawancara di Outlet Jalangkote Lasinrang Kec. Soreang Kota Parepare, 26 Desember 2024.

⁸³ Isra, Konsumen, Wawancara di Outlet Jalangkote Lasinrang Kec. Soreang Kota Parepare, 26 Desember 2024”

⁸⁴ Erni. R Ernawan, Bussines Etheis: Etika Bisnis, h. 40-41.

penjual Jalangkote di Kota Parepare dilakukan melalui metode dari mulut ke mulut serta memanfaatkan media sosial seperti *Facebook* dan *WhatsApp*.

Sebagaimana dikatakan oleh penjual jalangkote 77 Kec. Bacukiki Kota Parepare:

“Kita promosinya dari mulut ke mulut, kadang juga kita promosi melalui WA atau Instagram pribadi karena kita tidak buat akun khusus untuk jalangkote”⁸⁵

“Kalau disini tidak pakai promosi bagaimana bagaimana, hanya memajang poster didepan outlet agar terlihat oleh orang-orang yang lewat”⁸⁶

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa meskipun tidak mempromosikan produknya melalui media sosial, jika Jalangkote yang dijual berkualitas dan disukai oleh pembeli, banyak konsumen yang akan datang untuk membeli. Sebaliknya, jika produk tersebut tidak berkualitas, meskipun dipromosikan melalui media sosial, tidak akan ada yang membeli jika konsumen sudah mengetahuinya.

5. Ihsan

Kebijakan (Ihsan) atau kebaikan terhadap orang lain didefinisikan sebagai "tindakan yang memberikan manfaat lebih kepada orang lain dibandingkan dengan orang yang melakukannya, dan dilakukan tanpa kewajiban apapun, atau dengan kata lain, sebagai bentuk ibadah." Setiap keputusan dan tindakan harus mendatangkan manfaat bagi manusia, baik di dunia maupun di akhirat; selain itu, sebaiknya tidak dilakukan. Islam tidak membenarkan tindakan yang dapat

⁸⁵ Try Wanti, Penjual, Wawancara di Outlet Jalangkote 77 Perumnas Kec. Bacukiki Kota Parepare, 26 Desember 2024”

⁸⁶ Hapsa, Konsumen, Wawancara di Outlet Jalangkote Lasinrang Kec. Soreang Kota Parepare, 26 Desember 2024”

menimbulkan kerusakan pada diri sendiri, masyarakat, atau makhluk lainnya, seperti binatang, tumbuhan, dan alam.⁸⁷

- Proses/Pelayanan dalam hal Empati

Proses merujuk pada seluruh prosedur nyata, mekanisme, dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan layanan. Elemen proses ini berperan penting dalam penyampaian jasa. Dalam pemasaran jasa, proses menjadi faktor utama, termasuk bagi pelanggan jasa itu sendiri. Bentuk pelayanan yang diberikan oleh penjual Jalangkote di Kota Parepare adalah dengan menunjukkan empati

Sebagaimana yang dikatakan oleh Niniek konsumen Jalangkote 77 Kec.

Ujung Kota Parepare:

“Empati itu bentuk perhatian atau saling pengertian antar sesama manusia dalam berbagai situasi. Sebagai contoh, dalam usaha jalangkote, perhatian diberikan secara merata kepada semua pembeli, baik anak-anak, remaja, orang tua, perempuan, laki-laki, kaya, maupun miskin. Intinya, setiap pembeli harus menerima pelayanan yang sama”⁸⁸

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

⁸⁷ Faisal Badroen, dkk, Etika Bisnis Islam, h. 100.

⁸⁸ Niniek, Konsumen, Wawancara di Outlet Jalangkote 77 Tegal Kec. Ujung Kota Parepare, 26 Desember 2024.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan mengenai Perlindungan Konsumen Terhadap Layanan Usaha Jalangkote di Kota Parepare Berdasarkan Etika Bisnis Islam.

1. Layanan Usaha Jalangkote di Kota Parepare melakukan penjualan secara langsung di Outlet dan bisa di pesan langsung maupun melalui via chat *Whastapp*, pengambilan pun dapat diambil langsung di outlet ataupun melalui kurir dengan menambahkan ongkir yang sesuai dengan jarak tempuh tujuan. Penjual Jalangkote di Kota Parepare juga menerapkan aktivitas etika bisnis islam yakni, pertama jujur salah satu wujud kejujuran seorang pebisnis adalah komitmennya dalam jual beli dengan bersikap terbuka dan transparan, kedua Amanah seorang pebisnis yang Amanah harus mampu menjelaskan secara jujur mengenai apa yang ia jual baik buruknya produk tersebut hingga harga dan keuntungan yang diperoleh, ketiga Toleransi dan keramah-tamahan 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, keempat Pemenuhan perjanjian yaitu salah satu bentuk konsekuensi dari kejujuran dan tanggung jawab.
2. Perlindungan konsumen terhadap layanan usaha jalangkote di Kota Parepare telah sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 yaitu pelaku usaha Jalangkote bertanggung jawab dan menjamin hak-hak konsumen untuk dilindungi dari berbagai hal yang dapat merugikan mereka dan sejalan dengan

peraturan ditetapkan. Hal ini pelaku usaha memenuhi kewajiban untuk memberikan layanan yang aman. Dalam pemenuhan hak dan tanggung jawab penjual memperlakukan dan melayani dengan adil serta jujur pada konsumen, hal ini termasuk termasuk prinsip-prinsip etika bisnis Islam. Dengan mematuhi prinsip-prinsip tersebut dipastikan memberikan kontribusi positif kepada konsumen dan lingkungan sesuai dengan nilai-nilai Islam.

3. Etika bisnis Islam terhadap layanan usaha jalangkote di Kota Parepare telah sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam yakni penetapan harga dan produk sesuai dengan prinsip kesatuan, proses/pelayanan dalam hal empati tidak membedakan konsumen sesuai prinsip adil & ihsan (kebajikan), kebebasan memilih produk dan harga sesuai dengan prinsip berkehendak bebas, dan promosi yang dilakukan dengan memberikan harga yang sesuai dengan prinsip tanggung jawab.

B. Saran

1. Bagi penjual jalangkote hendaknya memperhatikan pelayanan yang aman, nyaman, aman dalam artian tidak menggunakan bahan-bahan yang tidak layak pakai
2. Bagi para konsumen hendaknya memperhatikan kualitas jalangkote/produk yang akan dibeli untuk memastikan yang dibeli layak dikonsumsi dan tidak berbahaya bagi Kesehatan.

DAFTAR PUSTAKA

Al- Qur'an Al- Karim

Abdurrahman as- Sa'di, Syekh, et al. *Fiqh Jual Beli: Panduan Praktis Bisnis Syari'ah*, Jakarta: Senanyan Publishing, 2008.

Arijanto, Agus, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, Cet. II: Jakarta: Rajawali Pers, 2011.

Astuti, An Ras Try, *Etika Bisnis Islam (Kasus-Kasus Kontemporer)*, Cet. I; Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2022.

Aziz Muhammad Azzam, Abdul, *Fiqh Muamalah: Sistem Transaksi dalam Islam, Penerjemah Nadirsyah Hawari*, Jakarta: Amzah, 2010.

Djakfar, Muhammad, *Hukum Bisnis Membangun Wacana Integrasi Perundangan Nasional Dengan Syariah*, Malang: Uin Maliki Press, 2013.

Djazuli, *Kaidah-Kaidah Fiqih: Kaidah-Kaidah Hukum Islam dalam Menyelesaikan Masalah-Masalah yang Praktis*, Ed.1, Cet.1. Jakarta: Kencana, 2006.

Endipradja, Firman Tumantara, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Malang: Setara Press, 2015.

Faisal Badroen., et al., eds., *Etika Bisnis Dalam Islam*, Cet. II; Jakarta: Kencan, 2007

Haroen, Nasrun, *Fiqh Muamalat*, Cet. II: Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007.

HR. Tirmidzi, Kitab Al-Buyu Bab Maja-a Fit Tijaroti, Shahih, No. 1130

Karim, Helmi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1993.

Kristiyanti, Celina Tri Siwi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika 2018.

Mas'ud, Ibn, *Fiqh Mazhab Syafi'I*, Bandung: Pustaka Setia, 2007.

Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, Yogyakarta, Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN), 2002.

Mujid, Abdul, *Al-Qowaidul Fiqhiyyah (Kaidah-Kaidah Ilmu Fiqh)*, Cet Ke-2 Jakarta: Kalam Mulia, 2001..

Rahman Ghazaly, Abdul, et al., eds., *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Kencana, 2010.

Sekaran, Uma, *Business Research dalam Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, Bandung: Alfabeta, 2013.

Suhendi, Hendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: PT Raja Grafindo persada, 2007.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Wardi Muslich, Ahmad, *Fiqh Muamalat* Cet. I: Jakarta: Amzah, 2010.

Skripsi dan Jurnal

Aldana, Lavia Vega, “Tinjauan Etika Bisnis Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Terhadap Penggunaan Alat Produksi Cincin”, *Journal of Sharia and Economic Law*, Vol. 1, No. 2, (2021).

Anung Pramudyo, “Mewujudkan Pelayanan Yang Memuaskan Pada Pelanggan Jurnal Bismis, Manajemen, dan Akuntansi, Vol. III, No. 1, (2016).

Bambang Eko Turisno, “Etika Bisnis Dalam Hubungannya Dengan Transformasi Global Dan Hukum Kontrak Serta Perbuatan Melawan Hukum (Jurnal Masalah-Masalah Hukum, Jilid 40, No. 3, (2011).

Nuhqila, Evita Premila Djiham, 2018, “Penerapan Perlindungan Konsumen Atas Jasa Catering Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Jasa Catering di Kelurahan Tamanan Kecamatan Tulungagung Kabupaten Tulungagung)” (Skripsi: IAIN Tulungagung).

Rita Rulianti, 2023, “Analisis Etika Bisnis Islam dan Hukum Perlindungan Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli Produk Fashion di Shopee (Studi Kasus Pada Akun Onlinestore)”, Skripsi: UIN Raden Mas Said Surakarta.

Internet

<https://quran.nu.or.id/an-nisa'/29> (diakses pada 3 maret 2024)

<http://eprints.unm.ac.id/16702/1/JURNAL.pdf>, (diakses pada tanggal 22 April 2024)

<https://food.indozone.id/resep/941259979/jadi-gorengan-primadona-di-parepare-jalangkote-diburu-warga-buat-takjil-buka-puasa>, (diakses pada tanggal 22 April 2024).

LAMPIRAN





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM**

Alamat : JL. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B2786/In.39/FSIH.02/PP.00.9/12/2024

12 Desember 2024

Sifat : Biasa

Lampiran : -

H a l : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. WALIKOTA PAREPARE

Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
di

KOTA PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : MUH.ILHAM BASRI
Tempat/Tgl. Lahir : PAREPARE, 12 Juni 2000
NIM : 18.2200.093
Fakultas / Program Studi : Syariah dan Ilmu Hukum Islam / Hukum Ekonomi Syariah
(Muamalah)
Semester : XIII (Tiga Belas)
Alamat : JL. BUKIT MADANI, KEC. UJUNG, KOTA PAREPARE

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah KOTA PAREPARE dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP LAYANAN USAHA JALANGKOTE DI KOTA PAREPARE
BERDASARKAN ETIKA BISNIS ISLAM

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 12 Desember 2024 sampai dengan tanggal 28 Januari 2025.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,



Dr. Rahmawati, S.Ag., M.Ag.
NIP 197609012006042001



SRN IP0000901

PEMERINTAH KOTA PAREPARE
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Jl. Bandar Madani No. 1 Telp (0421) 23594 Faximile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email : dpmpstp@pareparekota.go.id

REKOMENDASI PENELITIAN

Nomor : 901/IP/DPM-PTSP/12/2024

- Dasar :
1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
 2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.
 3. Peraturan Walikota Parepare No. 23 Tahun 2022 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :

M E N G I Z I N K A N

KEPADA

NAMA : **MUH. ILHAM BASRI**

UNIVERSITAS/ LEMBAGA : **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**

Jurusan : **HUKUM EKONOMI SYARIAH**

ALAMAT : **JL. BUKIT MADANI PAREPARE**

UNTUK : melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :

JUDUL PENELITIAN : **PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP LAYANAN USAHA JALANGKOTE DI KOTA PAREPARE BERDASARKAN ETIKA BISNIS ISLAM**

LOKASI PENELITIAN : **KECAMATAN SE KOTA PAREPARE (UMKM JALANGKOTE KOTA PAREPARE)**

LAMA PENELITIAN : **17 Desember 2024 s.d 28 Januari 2025**

- a. Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung
- b. Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Dikeluarkan di: **Parepare**
 Pada Tanggal : **19 Desember 2024**

**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
 DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 KOTA PAREPARE**



Hj. ST. RAHMAH AMIR, ST, MM

Pembina Tk. 1 (IV/b)
 NIP. 19741013 200604 2 019

Biaya : Rp. 0.00

- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1
- Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan **Sertifikat Elektronik** yang diterbitkan **BSrE**
- Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan terdaftar di database DPMPSTP Kota Parepare (scan QRCode)



Balai Sertifikasi Elektronik





PEMERINTAH DAERAH KOTA PAREPARE
KECAMATAN BACUKIKI

Jalan Jenderal Muhammad Yusuf Telp. (0421) 21509 Kode Pos 91125,
Email : bacukiki@pareparekota.go.id

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nomor : 070 / 10 / Bacukiki

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : H.SAHARUDDIN, SE
Nip : 19710617 199203 1 006
Jabatan : Camat Bacukiki

Menerangkan bahwa :

Nama ; MUH.ILHAM BASRI
Jenis Kelamin ; Laki-Laki
Pekerjaan/Pendidikan ; Mahasiswa
Program Studi ; Hukum Ekonomi Syariah
Alamat ; JL.Bukit Madani Kota Parepare
Judul Penelitian ; "PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP LAYANAN
USAHA JALANGKOTE KOTA PAREPARE
BERDASARKAN ETIKA BISNIS ISLAM"

Benar Mahasiswa tersebut telah selesai melakukan penelitian/wawancara di Kecamatan Bacukiki Kota Parepare terhitung mulai tanggal 17 Desember 2024 sampai dengan 28 Januari 2025, Berdasarkan Izin Penelitian dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Parepare Nomor : 901/IP/DPM-PT SP/12/2024 Tanggal 19 Desember 2024.

Demikian surat keterangan ini buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 14 Januari 2025



CAMAT BACUKIKI

H. Saharuddin, S.E.
H. SAHARUDDIN, S.E

Pembina Tk I, IV.b
Nip : 197106171992031006

PAREPARE



PEMERINTAH DAERAH KOTA PAREPARE
KECAMATAN UJUNG
Jalan Mattirotasi Nomor 22 Parepare, Telp. (0421) 21165
Kode Pos 91111, Email : ujung@pareparekota.go.id
Website : ujung.pareparekota.go.id

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Nomor : 070 / 01 / Ujung

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : HAIDAL, S.Sos
NIP : 19860115 200502 1 001
Jabatan : Sekretaris Kecamatan
Alamat Kantor : Jl. Mattirotasi No. 22 Parepare

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : MUH. ILHAM BASRI
Tempat / Tgl lahir : Parepare, 12 Juni 2000
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Pekerjaan : Mahasiswa
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Alamat : Jl. Bukit Madani Kota Parepare

Yang bersangkutan telah melakukan Penelitian/Wawancara di Kecamatan Ujung Kota Parepare, dengan Judul "PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP LAYANAN USAHA JALANGKOTE DI KOTA PAREPARE BERDASARKAN ETIKA BISNIS ISLAM" berdasarkan Surat Rekomendasi Penelitian nomor : 901/IP/DPM-PTSP/12/2024 tanggal 19 Desember 2024 Lokasi Penelitian : Kecamatan se Kota Parepare.

Demikian keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 13 Januari 2025

HAIDAL, S.Sos
Sekretaris Kecamatan



HAIDAL, S.Sos
Pangkat : Penata Tk I, III/d
NIP : 19860115 200502 1 001



PEMERINTAH DAERAH KOTA PAREPARE
KECAMATAN SOREANG

Jalan Laupe No. 163 Parepare, Telepon (0421) 25694, Kode Pos 91131
Email : soreangkecamatan@gmail.com, Website : soreang.pareparekota.go.id

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Nomor : 873.3/ 03 /KCS

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : H. HARIYADI, SE
Nip : 19801104 201001 1 015
Jabatan : Sekretaris Camat

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa mahasiswa yang tersebut di bawah ini :

Nama : MUH. ILHAM BASRI
Universitas/Lembaga : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
Alamat : Jl. Bukit Madani, Parepare

Telah selesai melakukan penelitian di KECAMATAN SOREANG SE KOTA PAREPARE (UMKM JALANGKOTE KOTA PAREPARE. Selama 1 bulan, terhitung mulai tanggal 17 Desember 2024 s/d 28 Januari 2025 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan Skripsi/Tesis Penelitian yang berjudul : "PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP LAYANAN USAHA JALANGKOTE DI KOTA PAREPARE BERDASARKAN ETIKA BISNIS ISLAM".

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sepenuhnya.

Parepare, 13 Januari 2025



Nip. 19801104 201001 1 015

Tembusan :

1. Walikota Parepare sebagai Laporan;
2. Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare di Parepare;
3. Kepala Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Parepare;
4. Arsip.



PEMERINTAH DAERAH KOTA PAREPARE
KECAMATAN BACUKIKI BARAT

Jalan Chalik No. 8, Kode Pos 91122 Tlp. (0421) 23527
Website : <https://bacukikibarat.pareparekota.go.id/>, e-mail : bacukikibarat@gmail.com

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Nomor : 000.9.2/04/Bck.Brt

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **ARDIANSYAH ARIFUDDIN, S.STP., M.Si**
Jabatan : Camat Bacukiki Barat
Nip. : 19820127 200112 1 003

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : **MUH. ILHAM BASRI**
Tempat / tgl Lahir : Parepare, 12 Juni 2000
Jenis Kelamin : laki-laki
Pekerjaan : Pelajar / Mahasiswa
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
Alamat : Jl. Bukit Madani Parepare

Yang bersangkutan telah melaksanakan penelitian di Wilayah Kecamatan Bacukiki Barat Kota Parepare terhitung mulai tanggal 17 Desember 2024 s/d 14 Januari 2025 dengan judul penelitian **PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP LAYANAN USAHA JALANGKOTE DI KOTA PAREPARE BERDASARKAN ETIKA BISNIS ISLAM.**

Demikian keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan diparepare
Pada tanggal, 14 Januari 2025
CAMAT BACUKIKI BARAT,



ARDIANSYAH ARIFUDDIN, S.STP., M.Si
Pembina Tk.I (IV/b)
NIP. 19820127 200112 1 003

Tembusan :

1. Walikota Parepare (sebagai laporan) di Parepare
2. Pertinggal



**KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM
Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307**

**VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN
PENULISAN SKRIPSI**

NAMA MAHASISWA : MUH. ILHAM BASRI
NIM : 18.2200.093
FAKULTAS : SYARIAH DAN ILMU HUKUM ISLAM
PRODI : HUKUM EKONOMI SYARIAH
JUDUL : PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP
LAYANAN USAHA JALANGKOTE DI
KOTA PAREPARE BERDASARKAN ETIKA
BISNIS ISLAM

PEDOMAN WAWANCARA

Wawancara pemilik Jalangkote 77 Kota Parepare

1. Bagaimana latar belakang berdirinya usaha Jalangkote anda di Kota Parepare?
2. Berapa harga yang Jalangkote yang anda tawarkan?
3. Bagaimana kehalalan Jalangkote anda?
4. Bagaimana tanggung jawab anda ketika ada Jalangkote yang tidak layak atau rusak yang diberikan kepada konsumen?
5. Bagaimana cara mempromosikan usaha Jalangkote anda di Kota Parepare?

Wawancara konsumen Jalangkote di Kota Parepare

1. Bagaimana pendapat anda tentang Jalangkote yang anda beli?
2. Bagaimana harga Jalangkote yang ditawarkan kepada anda?
3. Bagaimana pelayanan usaha Jalangkote yang diberikan kepada anda?

Parepare, 15 Mei 2024

Mengetahui,

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping



Dr. H. Mahsyar, M.Ag.
NIP. 19621231 199103 1 032



Rustam Magun Pikahulan, S.HI., M.H.
NIP. 19940221 201903 1 005

DOKUMENTASI



(Wawancara penjual & konsumen jalangkote 77 tegal kec. Ujung kota parepare)



(Wawancara penjual & konsumen jalangkote 77 perumna kec. Bacukiki kota parepare)



(Wawancara penjual & konsumen jalangkote lasinrang kec. soreang kota parepare)



(Wawancara penjual & kosumen jalangkote 77 mattirotasi kec. Bacukiki barat kota parepare)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : try warti
Jenis Kelamin : perempuan
Umur : 33 tahun
Pekerjaan : penjual Jalan koto 77 perumahan

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara MUH. ILHAM BASRI yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Perlindungan Konsumen Terhadap Layanan Usaha Jalangkote di Kota Parepare Berdasarkan Etika Bisnis Islam"

Berdasarkan surat keterangan diatas ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 26 Desember 2024


(.....)

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : *Hasniwati Sandje*
Jenis Kelamin : *perempuan*
Umur : *40 tahun*
Pekerjaan : *penjual Jalangkote 77 legal Kopadde*

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara MUH. ILHAM BASRI yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Perlindungan Konsumen Terhadap Layanan Usaha Jalangkote di Kota Parepare Berdasarkan Etika Bisnis Islam"

Berdasarkan surat keterangan diatas ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 20 Desember 2024

Hasni
(.....)

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hapsa
Jenis Kelamin : perempuan
Umur : 46 tahun
Pekerjaan : perjual Jalangkote Losinrang

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara MUH. ILHAM BASRI yang sedang melakukan penelitian yang berjudul “Perlindungan Konsumen Terhadap Layanan Usaha Jalangkote di Kota Parepare Berdasarkan Etika Bisnis Islam”

Berdasarkan surat keterangan diatas ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 26 Desember 2024


(.....Hapsa.....)

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

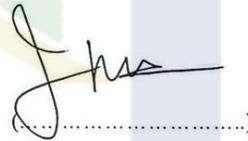
Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dende
Jenis Kelamin : Perempuan
Umur : 22 tahun
Pekerjaan : penjual Jalangkote 77 matirotsi

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara MUH. ILHAM BASRI yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Perlindungan Konsumen Terhadap Layanan Usaha Jalangkote di Kota Parepare Berdasarkan Etika Bisnis Islam"

Berdasarkan surat keterangan diatas ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 27 Desember 2024



(.....)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Meli
Jenis Kelamin : Perempuan
Umur : 29 tahun
Pekerjaan : -

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara MUH. ILHAM BASRI yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Perlindungan Konsumen Terhadap Layanan Usaha Jalangkote di Kota Parepare Berdasarkan Etika Bisnis Islam"

Berdasarkan surat keterangan diatas ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 16 Desember 2024


(..... Meli)

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : *nintek*
Jenis Kelamin : *perempuan*
Umur : *32 tahun*
Pekerjaan : *ibu rumah tangga*

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara MUH. ILHAM BASRI yang sedang melakukan penelitian yang berjudul “Perlindungan Konsumen Terhadap Layanan Usaha Jalangkote di Kota Parepare Berdasarkan Etika Bisnis Islam”

Berdasarkan surat keterangan diatas ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 26 Desember 2024

Amir
(.....)

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Isra
Jenis Kelamin : perempuan
Umur : 22 tahun
Pekerjaan : mahasiswa

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara MUH. ILHAM BASRI yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Perlindungan Konsumen Terhadap Layanan Usaha Jalangkote di Kota Parepare Berdasarkan Etika Bisnis Islam"

Berdasarkan surat keterangan diatas ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 26 Desember 2024


(.....)

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Gusdiawan
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Umur : ~~25~~ 35 tahun
Pekerjaan : Tukang ojek

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara MUH. ILHAM BASRI yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Perlindungan Konsumen Terhadap Layanan Usaha Jalangkote di Kota Parepare Berdasarkan Etika Bisnis Islam"

Berdasarkan surat keterangan diatas ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 27 Desember 2024



(..... Muhammad Gusdiawan)

PAREPARE

BIOGRAFI PENULIS



MUH. ILHAM BASRI, Lahir di Parepare pada tanggal 12 Juni 2000. Anak kelima dari 5 bersaudara. Anak dari pasangan Bapak Basri A. Raside dan Ibu Hamida Sandje. Penulis mulai masuk pendidikan formal pada Sekolah Dasar Negeri (SDN) 22 Parepare pada tahun 2006-2012 selama 6 tahun, kemudian masuk di Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) 1 Parepare pada tahun 2012-2015 selama 3 tahun, dan melanjutkan lagi ke Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) 2 Parepare pada tahun 2015-2018 selama 3 tahun dan lulus pada tahun 2018. Pada tahun yang sama yaitu 2018 penulis melanjutkan pendidikannya di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, dengan mengambil Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (HES) pada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam (FAKSHI).

Penulis melaksanakan Kuliah Pengabdian Pada Masyarakat (KPM) di Desa Siawung Kabupaten Barru, Sulawesi Selatan. Kemudian lanjut dengan melaksanakan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Parepare. Dengan ini penulis menyusun skripsi ini sebagai salah satu tugas akhir mahasiswa dan untuk memenuhi persyaratan dalam rangka meraih gelar Sarjana Hukum (S.H), untuk Program Strata 1 (S1) di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Dengan judul skripsi “Perlindungan Konsumen Terhadap Layanan Usaha Jalangkote di Kota Parepare Berdasarkan Etika Bisnis Islam”.