

***NO EXPIRED DATE* DALAM PRODUK MAKANAN
KEMASAN BERDASARKAN PERSPEKTIF
ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi di Kecamatan Balusu Kabupaten Barru)**



Oleh

SALMAWATI

NIM: 14.2200.053

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

2018

***NO EXPIRED DATE* DALAM PRODUK MAKANAN
KEMASAN BERDASARKAN PERSPEKTIF
ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi di Kecamatan Balusu Kabupaten Barru)**



Oleh

SALMAWATI

NIM: 14.2200.053

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H)
pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam

Institut Agama Islam Negeri Parepare

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

2018

***NO EXPIRED DATE* DALAM PRODUK MAKANAN
KEMASAN BERDASARKAN PERSPEKTIF
ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi di Kecamatan Balusu Kabupaten Barru)**

Skripsi

**Sebagai salah satu syarat untuk mencapai
Gelar Sarjana Hukum**

Program Studi

Hukum Ekonomi Syariah (*Muamalah*)

SALMAWATI

NIM: 14.2200.053

Kepada

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

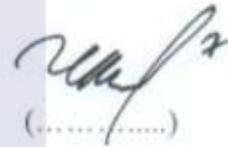
2018

PENGESAHAN KOMISI PEMBIMBING

Nama Mahasiswa : Salmawati
Judul Skripsi : *No Expired Date* dalam Produk Makanan Kemasan Berdasarkan Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi di Kecamatan Balusu Kabupaten Barru)
NIM : 14.2200.053
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah (*Muamalah*)
Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Ketua STAIN Parepare B.2956/Sti.08/PP.00.01/10/2017

Disetujui Oleh

Pembimbing Utama : Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag.
NIP : 19730129 200501 1 004
Pembimbing Pendamping : Dr. Arqam, M.Pd.
NIP : 19740329 200212 1 001


(.....)


(.....)

Mengetahui:
Ketua Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam




Budiman, M.HI.
NIP. 19730627 200312 1 004

SKRIPSI

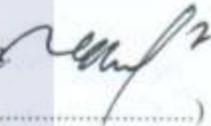
**“NO EXPIRED DATE DALAM PRODUK MAKANAN
KEMASAN BERDASARKAN PERSPEKTIF
ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi di Kecamatan Balusu Kabupaten Barru)”**

Disusun dan diajukan oleh

**SALMAWATI
NIM: 14.2200.053**

Telah dipertahankan di depan panitia ujian munaqasyah
pada tanggal 15 Agustus 2018
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Mengesahkan
Dosen Pembimbing

Pembimbing Utama : Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag 
NIP : 19730129 200501 1 004 (.....)
Pembimbing Pendamping : Dr. Arqam, M.Pd.
NIP : 19740329 200212 1 001  (.....)

PAREPARE



Rektor IAIN Parepare

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



Ketua Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam

Budiman, M.HI.
NIP. 19730627 200312 1 004

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : *No Expired Date* dalam Produk Makanan Kemasan Berdasarkan Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi di Kecamatan Balusu Kabupaten Barru)

Nama Mahasiswa : Salmawati

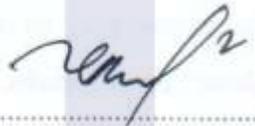
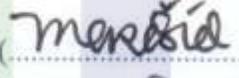
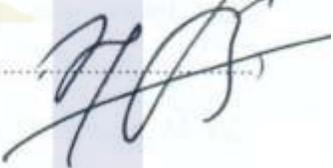
NIM : 14.2200.053

Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah (*Muamalah*)

Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Ketua STAIN Parepare
B.2956/Sti.08/PP.00.01/10/2017

Disahkan oleh Komisi Penguji

Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag.	Ketua	()
Dr. Arqam, M.Pd.	Sekretaris	()
Dr. H. Mahsyar, M.Ag.	Anggota	()
Dr. Zainal Said, M.H.	Anggota	()

Mengetahui :

Rektor IAIN Parepare




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

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT. Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Atas rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “*No Expired Date* dalam Produk Makanan Kemasan Berdasarkan Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi di Kecamatan Balusu Kabupaten Barru)”. Skripsi ini ditulis sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pendidikan program Strata satu (S1) di Jurusan syariah dan Ekonomi Islam, Institut Agama Islam Negeri Parepare.

Penulis mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Ayahanda tercinta Madeaming dan Ibunda tercinta Mas’ati yang selama ini memberikan dukungan, doa, semangat dan telah bekerja keras untuk membiaya saya dalam menuntut ilmu.
2. Bapak Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si. sebagai Rektor IAIN Parepare.
3. Bapak Budiman M.HI. sebagai ketua jurusan Syariah dan Ekonomi Islam atas pengabdianya telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
4. Bapak Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag. dan Bapak Dr. Arqam, M. Pd. selaku pembimbing I dan pembimbing II, yang telah meluangkan waktu dan pikiran dalam memberikan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Penanggung jawab program studi Hukum Ekonomi Syariah/*Muamalah*, Bapak Aris, M.HI.
6. Para dosen-dosen di IAIN Parepare khususnya di jurusan Syariah dan Ekonomi Islam yang telah memberikan wawasan kepada penulis.

7. Pelaku usaha dan seluruh masyarakat serta yang telah memberikan izin, informasi dan kerjasamanya dalam terlaksanannya penelitian ini.
8. Sahabat saya Dian Hardianti Aulia, Siti Nurhaliza, Hasrah, Riska Dwiyanti, Arnita Ladda dan Mutmainna yang telah memberikan semangat dan motivasi selama penyusunan skripsi.
9. Teman-teman almamater angkatan tahun 2014 yang selama ini menjadi teman yang baik dalam bertukar informasi, berbagai keluhan serta keceriaan.

Penulis mengucapkan terima kasih atas waktu luang dan pikiran yang mereka berikan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Parepare, 02 Juli 2018

Penulis



SALMAWATI

NIM : 14.2200.053

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

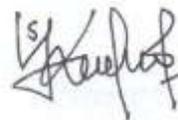
Mahasiswa yang bertanda tangan dibawah ini

Nama Mahasiswa : Salmawati
NIM : 14.2200.053
Tempat/Tanggal Lahir : Tompo, 22 September 1996
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah (*Muamalah*)
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam
Judul Skripsi : *No Expired Date* dalam Produk Makanan Kemasan Berdasarkan Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi di Kecamatan Balusu Kabupaten Barru)

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini 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 dan gelar yang diperoleh karenanya batal karena hukum.

Parepare, 02 Juli 2018

Penyusun,



SALMAWATI
NIM. 14.2200.053

ABSTRAK

Salmawati. 2018. *No Expired Date* dalam Produk Makanan Kemasan Berdasarkan Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi di Kecamatan Balusu Kabupaten Barru). (dibimbing oleh Muhammad Kamal Zubair & Arqam).

Produk makanan kemasan merupakan jenis makanan ringan yang diproduksi oleh usaha mandiri atau yang lebih dikenal *home industry* yang banyak dipasarkan di warung-warung tradisional maupun pasar-pasar tradisional. Namun di Kecamatan Balusu Kabupaten Barru sebagian besar produk makanan kemasan yang diproduksi oleh industri rumah tangga tidak mencantumkan tanggal kedaluwarsa. Penelitian ini diangkat dengan tujuan yang ingin dicapai yaitu: Mengetahui dan menganalisis dampak produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa bagi konsumen, pandangan etika bisnis Islam terhadap perlindungan konsumen dalam produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa dan perlindungan konsumen terhadap produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif yaitu penelitian yang langsung berhubungan dengan objek penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu berupa studi lapangan yang meliputi observasi secara langsung, wawancara, dan dokumentasi kepada produsen dan konsumen. Adapun teknik analisis datanya yaitu dengan cara mereduksi data, kemudian melakukan penyajian data dan menarik kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk makanan kemasan yang tidak mempunyai tanggal kedaluwarsa mempunyai dampak bagi kesehatan konsumen yang mengomsumsinya. Etika bisnis harus mengandung sikap solidaritas sosial, tidak boleh hanya memperhatikan masa kini atau kenikmatan saat ini tetapi harus pula memperhatikan generasi yang akan datang. Untuk mewujudkan tujuan perlindungan hukum bagi konsumen, negara bertanggung jawab atas pembinaan dan penyelenggaraan perlindungan bagi konsumen. Maka dari itu sebagai konsumen harus pintar dan jeli dalam membeli makanan, karena bisa saja makanan yang dibeli sebenarnya sudah kedaluwarsa atau sudah tidak layak untuk dikonsumsi.

Kata Kunci: Produk Makanan Kemasan, Tanpa Tanggal Kedaluwarsa

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PEMBIMBING	v
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PENGUJI	vi
KATA PENGANTAR	vii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	7
2.2 Tinjauan Teoritis	9
2.2.1 Teori Perlindungan Konsumen	9
2.2.2 Teori Etika Bisnis Islam	21
2.3 Tinjauan Konseptual	28

2.4 Kerangka Pikir.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian.....	32
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	32
3.3 Fokus Penelitian.....	33
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	33
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.6 Teknik Analisis Data.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Dampak Produk Makanan Kemasan Tanpa Tanggal Kedaluwarsa Bagi Konsumen.....	44
4.2 Pandangan Etika Bisnis Islam Terhadap Perlindungan Konsumen dalam Produk Makanan Kemasan Tanpa Tanggal Kedaluwarsa.....	50
4.3 Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Makanan Kemasan Tanpa Tanggal Kedaluwarsa.....	55
BAB V PENUTUP	
5.1 Simpulan.....	60
5.2 Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA.....	62
LAMPIRAN.....	65
RIWAYAT HIDUP.....	

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar 1	Bagan Kerangka Pikir	31
Gambar 2	Kompenen Dalam Analisis Data (<i>Flow Model</i>)	36
Gambar 3	Industri Rumah Tangga	-
Gambar 4	Produk Makanan Kemasan	-
Gambar 5	Bolu Cukke	-
Gambar 6	Kemasan Bolu Cukke	-
Gambar 7	Produsen	-
Gambar 8	Pengemasan Bolu Cukke	-
Gambar 9	Konsumen	-

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul Lampiran	Halaman
1	Surat permohonan Izin Penelitian	64
2	Surat Izin Penelitian	65
3	Surat Keterangan Telah Melakukan penelitian	66
4	Daftar Wawancara	67
5	Observasi Protokol	68
6	Subjek Penelitian Berupa Data Pribadi	69
7	Jurnal Pengumpulan Data	70
8	Surat Keterangan Wawancara	-
9	Foto Industri Rumah Tangga	-
10	Foto Produk Makanan Kemasan	-
11	Foto Bolu Cukke	-
12	Foto Kemasan Bolu Cukke	-
13	Foto Produsen	-
14	Foto Pengemasan Bolu Cukke	-
15	Foto Konsumen	-

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dasarnya, perkembangan di bidang perekonomian memicu perkembangan di bidang perindustrian, sehingga memicu perdagangan nasional yang pesat. Selain itu, dengan perkembangan teknologi membuka perdagangan bebas yang menciptakan transaksi barang atau jasa semakin luas. Semakin pesatnya pertumbuhan perekonomian, maka konsumen dengan pelaku usaha menjadi tidak seimbang karena konsumen dan pelaku usaha memiliki kepentingan.¹ Kepentingan pelaku usaha adalah memperoleh laba dalam setiap transaksi yang dilakukan dengan konsumen. Hal tersebut membuat posisi konsumen dan pelaku usaha menjadi tidak seimbang, sebab pelaku usaha memiliki kecenderungan.

Semakin menipisnya etika bisnis di kalangan pelaku usaha mengakibatkan semakin sulitnya para konsumen untuk mendapatkan hak-haknya. Untuk menghasilkan suatu etika di dalam berbisnis yang menjamin adanya kepedulian antara satu pihak dan pihak lain tidak perlu pembicaraan yang bersifat global yang mengarah kepada suatu aturan yang tidak merugikan siapapun dalam perekonomian.²

Persaingan global yang terjadi membuat produsen menghalalkan segala cara untuk meraup keuntungan. Akibatnya, berbagai cara dilakukan untuk mengelabui konsumen. Beban konsumen bertambah berat di masa krisis ekonomi ini, dengan harga-harga yang tinggi, walaupun kualitasnya masih dipertanyakan, adanya

¹Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), h.37.

²Agus Ariyanto, *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), h.3.

penipuan ukuran, berat kilogram, tidak adanya tanggal kedaluwarsa, pemalsuan, serta beredarnya produk-produk luar negeri legal dipasaran.

Kemajuan teknologi dan berkembangnya volume perekonomian dan perdagangan menuntut pengawasan ekstra terhadap resiko-resiko yang mungkin timbul akibat penggunaan produk tertentu. Hal inilah benar-benar menuntut tegaknya prinsip *ceveat venditor* (pelaku usahalah yang harus berhati-hati, bukan pembeli).³ Beberapa jenis produk pangan pada dasarnya bukanlah produk yang membahayakan, tetapi mudah tercemar atau mengandung racun, yang apabila lalai atau tidak berhati-hati pembuatannya, atau memang lalai untuk tetap mengedarkan, atau sengaja tidak menarik produk pangan yang sudah kedaluwarsa.

Kelalaian tersebut erat kaitannya dengan kemajuan dibidang industri yang menggunakan proses produksi dan distribusi barang yang semakin kompleks. Dalam sistem mekanisme yang demikian, produk yang bukan tergolong produk berbahaya, dapat saja membahayakan keselamatan dan keamanan, dalam konsumen barang atau jasa khususnya terhadap produk pangan kemasan yang kedaluwarsa. Informasi yang merupakan salah satu hak konsumen didalamnya terkait beberapa hal diantaranya mengenai manfaat kegunaan produk, efek samping penggunaan produk, tanggal kedaluwarsa, isi kandungan yang terdapat dalam produk, serta identitas produsen dari produk tersebut. Informasi dapat memberikan dampak yang signifikan untuk meningkatkan efisiensi konsumen dalam memilih produk serta meningkatkan kesetiannya terhadap produk tertentu, sehingga akan memberikan keuntungan bagi perusahaan yang memenuhi kebutuhannya.⁴

³Muhammad, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004), h.180.

⁴James F. Enggel, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Rajawali Pers, 2004), h.41.

Melihat persoalan-persoalan yang ada dalam perlindungan konsumen serta aturan yang mengatur yakni Undang-Undang perlindungan konsumen yang seharusnya dapat menjadi benteng sebagai pelindung terhadap pelanggaran-pelanggaran atas hak konsumen namun, hal ini belum dapat terealisasi dengan baik.

Tanggal kedaluwarsa merupakan informasi dari produsen kepada konsumen, yang menyatakan batas/tenggang waktu penggunaan atau pemanfaatan yang paling baik dan paling aman dari produk makanan atau minuman kemasan. Artinya produk tersebut memiliki “mutu yang paling prima” hanya sampai batas waktu tersebut. Produsenlah yang menentukan masa tenggang kadaluwarsanya dikarenakan pihak produsenlah yang mengetahui lebih lanjut mengenai produk yang diproduksi.⁵

Peredaran makanan tanpa adanya tanggal kedaluwarsa dapat ditemui dipasar-pasar modern seperti supermarket atau swalayan serta warung-warung kios makanan. Dengan demikian perlindungan hukum terhadap konsumen yang diberikan oleh negara harus segera diimplementasikan dalam kerangka kehidupan ekonomi dalam kehidupan bermasyarakat di Indonesia yang harus pula diimbangi dengan campur tangan atau inisiatif baik dari pelaku usaha dan konsumen.

Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dan Perindag Kabupaten Barru mengadakan pengawasan terhadap barang dan jasa yang beredar, lengkap dengan formasi tim pengawasan yang mengunjungi Pasar Takkalasi, toko dan swalayan wilayah Kecamatan Balusu. Pelaksanaan pengawasan ini dilaksanakan secara berkala terhadap barang yang beredar khusus makanan dan minuman dalam kemasan. Hal ini bertujuan untuk meminimalisir kerugian yang dialami oleh

⁵Gede Eggy Bintang Pratama dan Ketut Sudjana, *Perlindungan Konsumen Terhadap Makanan Kemasan Tanpa Tanggal Kedaluarsa* (Bandung: Universitas Udayana, 2016), h.3.

konsumen akibat tersedianya barang yang dijual tidak sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semakin terbukanya pasar nasional sebagai akibat dari proses globalisasi ekonomi, terus menjamin peningkatan kesejahteraan masyarakat serta kepastian atas mutu, jumlah dan keamanan barang dan/atau jasa yang diperoleh di pasar. Dengan adanya keterbukaan ini, mendorong pemerintah daerah untuk lebih meningkatkan fungsi pengawasan sebagaimana penjabaran dari UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang berkonsentrasi pada, ruang lingkup pengawasan barang dan/atau jasa yang beredar di pasar, barang yang dilarang beredar di pasar, barang yang diatur tata niaganya, perdagangan barang-barang dalam pengawasan dan distribusi barang.

Barang-barang yang diawasi pengedarannya yaitu barang dalam kemasan yang rusak, tanpa label, melampaui batas kadaluwarsa, tanpa register pendaftaran serta makanan impor yang dikemas sendiri (*repacking*).⁶ Makanan kemasan yang diproduksi oleh usaha mandiri atau yang lebih dikenal *home industry* yang banyak diperjual belikan atau dipasarkan diwarung-warung tradisional maupun pasar-pasar tradisional yang berada di kecamatan Balusu sebagian besar produk tersebut tidak mencantumkan tanggal kedaluwarsa.

Maka dari itu, penulis tertarik untuk membahas dan menjadikan skripsi dengan Judul “*No Expired Date* dalam Produk Makanan Kemasan Berdasarkan Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi di Kecamatan Balusu Kabupaten Barru)”.

⁶Ledy Humas, “Pelaksanaan Pengawasan Barang/jasa Kabupaten Barru”. <http://barrukab.go.id/berita/pelaksanaan-pengawasan-barang-jasa-kabupataen-barru/?kategori=sosial>. 16 April 2018.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka inti permasalahan dalam hal ini dirumuskan sebagai berikut:

- 1.2.1 Apa dampak produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa bagi konsumen di Kecamatan Balusu Kabupaten Barru?
- 1.2.2 Apa pandangan etika bisnis Islam terhadap perlindungan konsumen dalam produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa di Kecamatan Balusu Kabupaten Barru?
- 1.2.3 Bagaimana perlindungan konsumen terhadap produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa di Kecamatan Balusu Kabupaten Barru?

1.3 Tujuan Penelitian

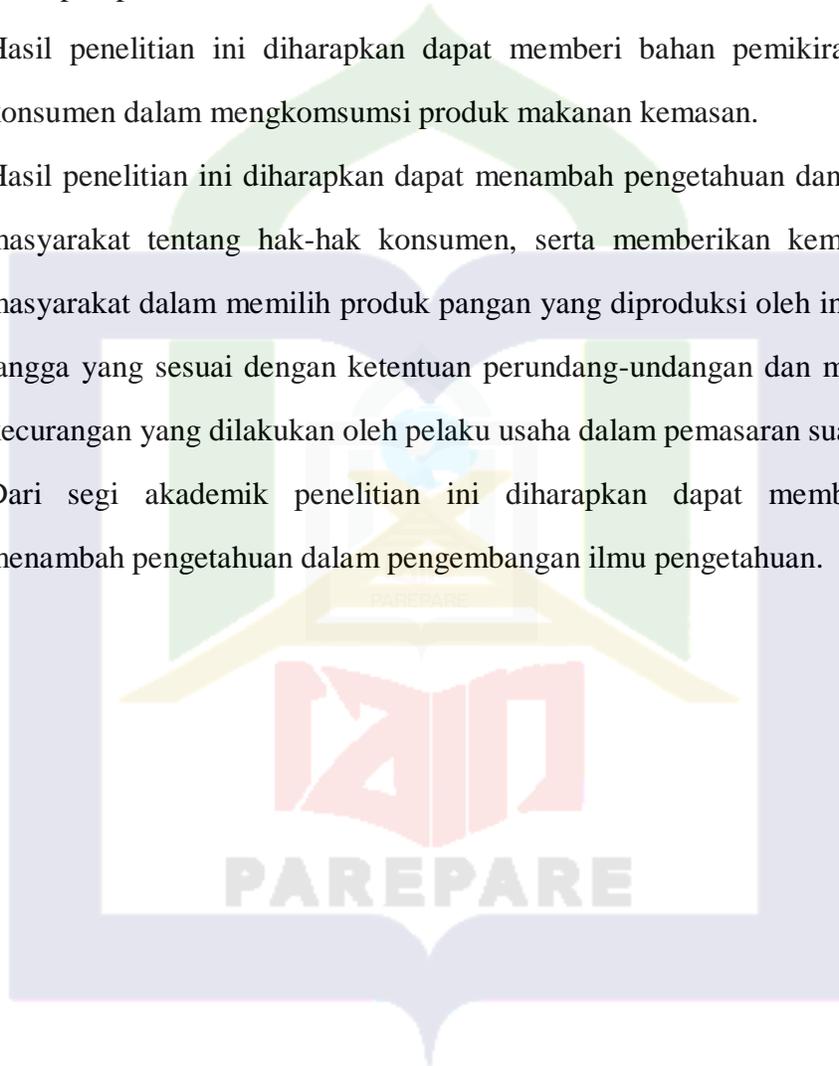
Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

- 1.3.1 Mengetahui dan menganalisis dampak produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa bagi konsumen.
- 1.3.2 Mengetahui dan menganalisis pandangan etika bisnis Islam terhadap perlindungan konsumen dalam produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa.
- 1.3.3 Menemukan dan menganalisis bagaimana perlindungan konsumen terhadap produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan pokok permasalahan dan tujuan penelitian diatas, maka diharapkan dengan adanya penelitian ini mampu memberikan manfaat dari segi teoritis maupun praktis;

- 1.4.1 Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi bahan pemikiran bagi para konsumen dalam mengkomsumsi produk makanan kemasan.
- 1.4.2 Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang hak-hak konsumen, serta memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam memilih produk pangan yang diproduksi oleh industri rumah tangga yang sesuai dengan ketentuan perundang-undangan dan mengerti akan kecurangan yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam pemasaran suatu produk.
- 1.4.3 Dari segi akademik penelitian ini diharapkan dapat memberikan atau menambah pengetahuan dalam pengembangan ilmu pengetahuan.



BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Skripsi yang akan penulis teliti nantinya bukanlah skripsi pertama yang pernah ada tapi sebelumnya telah ada skripsi terdahulu yang membahas tema yang sama. Sehingga penulis sedikit mengambil acuan dari skripsi sebelumnya. *Pertama*. Mey Minanda yang membahas “Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Pangan Industri Rumah Tangga Tanpa Tanggal Kadaluwarsa berdasarkan Hukum Islam dan Hukum Positif” Mey Minanda menganalisis mengenai perlindungan konsumen berdasarkan hukum positif dan hukum Islam. Hasil dari penelitian ini, perlindungan konsumen dalam Islam berkaitan dengan kehalalan dan keharaman dalam mengkonsumsi produk pangan, yang dilihat dari segi kandungan, cara pengolahan, dan bahan-bahan yang digunakan. Selain itu, faktor luar harus diperhatikan terutama berkaitan dengan hasil akhir produksi, cara pengemasan, dan jangka waktu pangan.⁷

Kedua. Risa Mayasari yang membahas judul “Produk *Home Industry* Tanpa Tanggal Kadaluwarsa Implikasinya Terhadap Pelaku Ekonomi dan Perlindungan Konsumen”. Perlindungan konsumen merupakan hal yang sangat penting dalam hukum Islam. Risa Mayasari melakukan studi lapangan yang meliputi observasi secara langsung, wawancara, dan kuesioner kepada 21 produsen makanan ringan *home industry*. Studi pustaka yang dilakukan untuk mencari dokumen-dokumen dan literatur yang berhubungan dengan materi penelitian. Hasil wawancara produsen yang

⁷Mey Minanda, “Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Pangan Industri Rumah Tangga Tanpa Tanggal Kadaluwarsa Berdasarkan Hukum Islam dan Hukum Positif” (Skripsi Sarjana; Fakultas Syari’ah dan Hukum Universitas Sunan Kalijaga: Yogyakarta, 2016).

yang belum mencantumkan tanggal kedaluwarsa mengatakan tidak memperoleh dampak jika tidak mencantumkan tanggal kedaluwarsa.⁸

Ketiga. Gede Eggy Bintang Pratama dan Ketut Sudjana yang membahas mengenai “Perlindungan Konsumen Terhadap Makanan Kemasan Tanpa Tanggal Kadaluwarsa”. Penelitian ini menggunakan metode analisis normatif dan pendekatan perundang-undangan. Permasalahan yang diangkat dalam tulisan ini adalah terkait dengan pengaturan mengenai tanggal kedaluwarsa dan upaya yang dapat dilakukan konsumen atas kerugian yang diderita akibat tindakan pelaku usaha yang tidak mencantumkan tanggal kedaluwarsa. Pelaku usaha melalui tindakannya telah merugikan konsumen, melanggar kewajiban sebagai pelaku usaha dan mengesampingkan hak-hak konsumen yang sebagaimana tercantum dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.⁹

Perbedaan penelitian yang dilakukan dengan penelitian yang lainnya yaitu dari ketiga penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa penelitian terdahulu dengan penelitian ini berbeda baik dari objek penelitian maupun konsep penelitian. Penelitian terdahulu menganalisis dari segi hukum islam, hukum positif dan pendekatan perundang-undangan. Sedangkan penelitian ini telah menekankan tentang “*No Expired Date* dalam Produk Makanan Kemasan Berdasarkan Perspektif Etika Bisnis Islam”.

⁸Risa Mayasari, “Produk Home Industry Tanpa Tanggal Kadaluwarsa Implikasinya Terhadap Pelaku Ekonomi dan Pelindungan Konsumen” (Skripsi Sarjana; Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan: Lampung, 2017).

⁹Gede Eggy Bintang Pratama dan Ketut Sudjana, “Perlindungan Konsumen Terhadap Makanan Kemasan tanpa Tanggal Kadaluwarsa” (Jurnal; Fakultas Hukum Universitas Udayana: Bandung, 2016).

2.2 Tinjauan Teoritis

2.2.1 Teori Perlindungan Konsumen

2.2.1.1 Pengertian Perlindungan Konsumen

Perlindungan berasal dari kata “lindung” yang memiliki arti mengayomi, mencegah, mempertahankan dan membentengi. Pengertian perlindungan konsumen terdapat dalam pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, “perlindungan konsumen adalah segala upaya menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”.¹⁰ Perlindungan konsumen nampak dari kalimat yang menyatakan “segala upaya menjamin adanya kepastian hukum”. Dengan adanya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen diharapkan sebagai benteng untuk meniadakan tindakan sewenang-wenang yang merugikan pelaku usaha hanya demi untuk kepentingan perlindungan konsumen.¹¹

Konsumen dalam arti sempit adalah pemakai produksi terakhir dari benda atau jasa, dan dapat pula menjadi konsumen antara distributor atau penyalur.¹² Di Indonesia untuk mengatur dan melindungi konsumen terhadap kejahatan bisnis seperti penipuan, iklan produk yang menyesatkan dan agar konsumen dapat dilayani dengan baik, maka dibuatlah undang-undang tentang perlindungan konsumen.

Pendekatan pasar terhadap perlindungan konsumen dan keamanan konsumen dilihat sebagai produk yang paling efisien bila disediakan melalui mekanisme pasar

¹⁰Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pasal 1 angka 1.

¹¹Ahmadi Miru dan Sutarman Yudo, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2010), h.10.

¹²Rusdiyanti Dorotea Tobing, *Aspek-Aspek Hukum Bisnis* (Surabaya: Laks Bang Justika, 2015), h.250.

bebas di mana penjual memberikan tanggapan terhadap permintaan konsumen. Jika konsumen menginginkan produk yang lebih aman, mereka akan menunjukkan preferensi tersebut dengan bersedia membayar lebih untuk membeli produk yang lebih aman, dan menunjukkannya pada produsen yang menjual produk-produk yang aman serta mengabaikan produsen dari produk-produk yang tidak aman.¹³

Secara etimologi makan berarti memasukkan sesuatu melalui mulut.¹⁴ Dalam bahasa Arab makanan berasal dari kata *at-ta'am* (الطعام) dan jamaknya *al-atimah* (الأطعمة) yang artinya makan-makanan. Sedangkan dalam ensiklopedia Hukum Islam yaitu segala sesuatu yang dimakan oleh manusia, sesuatu yang menghilangkan lapar.¹⁵

Kata Halal berasal dari akar kata yang berarti “lepas” atau “tidak terikat”. Sesuatu yang halal artinya sesuatu yang terlepas dari ikatan bahaya duniawi dan *ukhrawi*. Kata *thayyib* dari segi bahasa berarti lezat, baik, sehat, menenteramkan, dan yang paling utama. Dalam konteks makanan *thayyib* artinya makanan yang tidak kotor dari segi zatnya atau kedaluwarsa (rusak), atau dicampuri benda najis. Secara singkat dapat dikatakan, bahwa makan *thayyib* adalah makanan yang sehat, proporsional, dan aman (halal).¹⁶

¹³Manuel G. Velasques, *Etika Bisnis Konsep dan Kasus* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2005), h.317.

¹⁴Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), h.862.

¹⁵Abdul Aziz Dahlan, *Ensiklopedia Hukum Islam* (Jakarta: Iktiar Baru Van Hoeve, 1996), h.1071.

¹⁶Ahsin W. Alhafidz, *Fikih Kesehatan* (Jakarta: Amzah, 2010), h.165.

Makanan halal adalah makanan yang baik yang dibolehkan memakannya menurut ajaran islam, yaitu sesuai dalam Al Qur'an dan Al Hadist. Landasan Hukum tentang makanan yang halal dan baik dalam Q.S Al Maidah/5:88

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلالًا طَيِّبًا ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِء مُؤْمِنُونَ

Terjemahnya:

Dan makanlah dari apa yang telah diberikan Allah kepadamu sebagai rezeki yang halal dan baik, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.¹⁷ (Q.S Al Maidah/5:88).

Pada Surat Al-Maidah ayat 88 ini, Allah memerintahkan kepada hambanya agar mereka makan rezeki yang halal dan baik, yang telah dikaruniakannya kepada mereka “halal” disini mengandung pengertian halal bendanya dan halal cara memperolehnya. Sedangkan “baik” adalah dari segi kemanfaatannya. Yaitu yang mengandung manfaat dan maslahat bagi tubuh, mengandung gizi, vitamin, protein dan sebagainya. Makan tidak baik, selain tidak mengandung gizi, juga jika dikonsumsi akan merusak kesehatan. Maka Allah memerintahkan kita untuk memakan makanan yang bukan cuma halal, tapi juga baik (*halalan thoyyiban*) agar tidak membahayakan tubuh kita. Bahkan perintah ini disejajarkan dengan bertakwa kepada Allah, sebagai sebuah perintah yang sangat tegas dan jelas.

Tidak ada halangan bagi orang-orang mukmin yang mampu, untuk menikmati makanan dan minuman yang enak, tetapi haruslah mentaati ketentuan-ketentuan yang telah ditetapkan syara', yaitu: baik, halal, dan menurut ukuran yang layak dan tidak berlebihan. Maka pada akhir ayat ini Allah memperingatkan orang beriman agar mereka berhati-hati dan bertakwa kepadanya dalam soal makanan, minuman dan kenikmatan-kenikmatan lainnya.

¹⁷Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: Syaamil Quran, 2007), h.122.

Prinsip halal dan baik itu hendaklah senantiasa menjadi perhatian dalam menentukan makanan dan minuman yang akan dimakan untuk diri sendiri dan untuk keluarga, karena makanan dan minuman itu tidak hanya berpengaruh terhadap jasmani melainkan juga terhadap rohani. Bagaimana hal itu diciptakan dan disediakan untuknya sehingga bisa dijadikan makanan yang menunjang kelangsungan hidupnya. Disamping itu ia pun bisa merasakan kelezatan makanan yang menunjang kekuatan tubuhnya agar tetap terjaga sampai batas umur yang telah ditentukan untuknya.

2.2.1.2 Macam-Macam Hak Konsumen

Salah satu cara yang paling utama dalam mencapai keseimbangan antara perlindungan konsumen dengan perlindungan produsen adalah dengan menegakkan hak-hak konsumen.¹⁸ Sebagai pemakai barang atau jasa, konsumen memiliki sejumlah hak. Pengetahuan akan hak-hak konsumen adalah hal yang sangat penting agar masyarakat dapat bertindak sebagai konsumen yang kritis dan mandiri sehingga ia dapat bertindak lebih jauh untuk lebih jauh memperjuangkan hak-haknya ketika ia menyadari hak-haknya telah dilanggar oleh pelaku usaha.

1) Hak atas keamanan dan keselamatan

Hak atas keamanan dan keselamatan ini dimaksudkan untuk menjamin keamaan dan keselamatan konsumen dalam penggunaan barang atau jasa yang diperolehnya, sehingga konsumen dapat terhindar dari kerugian (fisik maupun psikis) apabila mengomsumsi suatu produk.¹⁹

Konsumen berhak mendapatkan keamanan barang dan jasa yang ditawarkan kepadanya. Produk barang atau jasa itu tidak boleh membahayakan jika dikonsumsi

¹⁸Ahmadi Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia* (Jakarta Rajawali Pers, 2011), h.102.

¹⁹Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, h.41.

sehingga konsumen tidak dirugikan baik jasmani maupun rohani terlebih terhadap barang atau jasa yang yang dihasilkan dan dipasarkan oleh pelaku usaha yang beresiko sangat tinggi untuk itu diperlukan adanya pengawasan secara ketat yang harus dilakukan oleh pemerintah. Dalam barang atau jasa yang dihasilkan dan dipasarkan oleh pelaku usaha beresiko sangat tinggi terhadap keamanan konsumen.

2) Hak untuk memperoleh informasi

Hak atas informasi ini sangat penting, karena tidak memadai informasi yang disampaikan kepada konsumen ini dapat juga merupakan salah satu bentuk cacat produk, yaitu yang dikenal dengan cacat instruksi atau cacat karena informasi yang tidak memadai. Hak atas informasi yang jelas dan benar dimaksudkan agar konsumen dapat memperoleh gambaran yang benar tentang suatu produk, karena dengan informasi tersebut, konsumen dapat memperoleh yang diinginkan atau sesuai dengan kebutuhannya serta terhindar dari kerugian akibat kesalahan dalam penggunaan produk.

Informasi yang merupakan hak konsumen tersebut di antaranya adalah mengenai manfaat kegunaan produk, efek samping atas penggunaan produk, tanggal kedaluwarsa, serta identitas produsen dari produk tersebut. Informasi tersebut dapat disampaikan secara lisan, maupun secara tertulis, baik yang dilakukan dengan mencantumkan pada label yang melekat pada kemasan produk, maupun melalui iklan-iklan yang disampaikan oleh produsen, baik melalui media cetak maupun media elektronik.

Informasi ini dapat memberikan dampak yang signifikan untuk meningkatkan efisiensi dari konsumen dalam memilih produk serta meningkatkan kesetiannya terhadap produk tertentu, sehingga akan memberikan keuntungan bagi perusahaan

yang memenuhi kebutuhannya. Dengan demikian, pemenuhan hak ini akan menguntungkan baik konsumen maupun produsen.

3) Hak untuk memilih

Hak untuk memilih dimaksudkan untuk memberikan kebebasan kepada konsumen untuk memilih produk-produk tertentu sesuai dengan kebutuhannya, tanpa ada tekanan dari pihak luar. Berdasarkan hak untuk memilih ini konsumen berhak untuk memutuskan membeli atau tidak terhadap suatu produk, demikian pula keputusan untuk memilih baik kualitas maupun kuantitas jenis produk yang dipilihnya.

Hak memilih yang dimiliki oleh konsumen ini hanya ada jika ada alternatif pilihan dari jenis produk tertentu, karena jika suatu produk dikuasai secara monopoli oleh produsen atau dengan kata lain tidak ada pilihan lain (baik barang maupun jasa), maka dengan sendirinya hak untuk memilih ini tidak akan berfungsi.²⁰ Berdasarkan hal tersebut dapat dilihat dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Mengartikan monopoli sebagai penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang atau atas penggunaan jasa tertentu oleh satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha.

4) Hak untuk didengar

Hak untuk didengar ini merupakan hak dari konsumen agar tidak dirugikan lebih lanjut, atau hak untuk menghindarkan diri dari kerugian. Hak ini berkaitan erat dengan hak untuk mendapatkan informasi. Ini disebabkan informasi yang diberikan oleh pihak yang berkepentingan sering tidak cukup memuaskan konsumen. Untuk itu konsumen mendapatkan haknya bahwa kebutuhan dan lainnya bisa didengarkan, baik

²⁰Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konumen*, h.42.

oleh pelaku usaha yang bersangkutan maupun oleh lembaga-lembaga perlindungan konsumen yang memperjuangkan hak-hak konsumen.

5) Hak untuk memperoleh ganti kerugian

Hak atas ganti kerugian ini dimaksudkan untuk memulihkan keadaan yang telah menjadi rusak (tidak seimbang) akibat adanya penggunaan barang atau jasa yang tidak memenuhi harapan konsumen. Hak ini sangat terkait dengan penggunaan produk yang telah merugikan konsumen, baik yang berupa kerugian materi, maupun kerugian yang menyangkut diri (sakit, cacat, bahkan kematian) konsumen. Untuk merealisasikan hak ini tentu saja harus melalui prosedur tertentu, baik yang diselesaikan secara damai maupun yang diselesaikan melalui pengadilan.

6) Hak untuk mendapatkan barang sesuai dengan nilai tukar yang diberikannya.

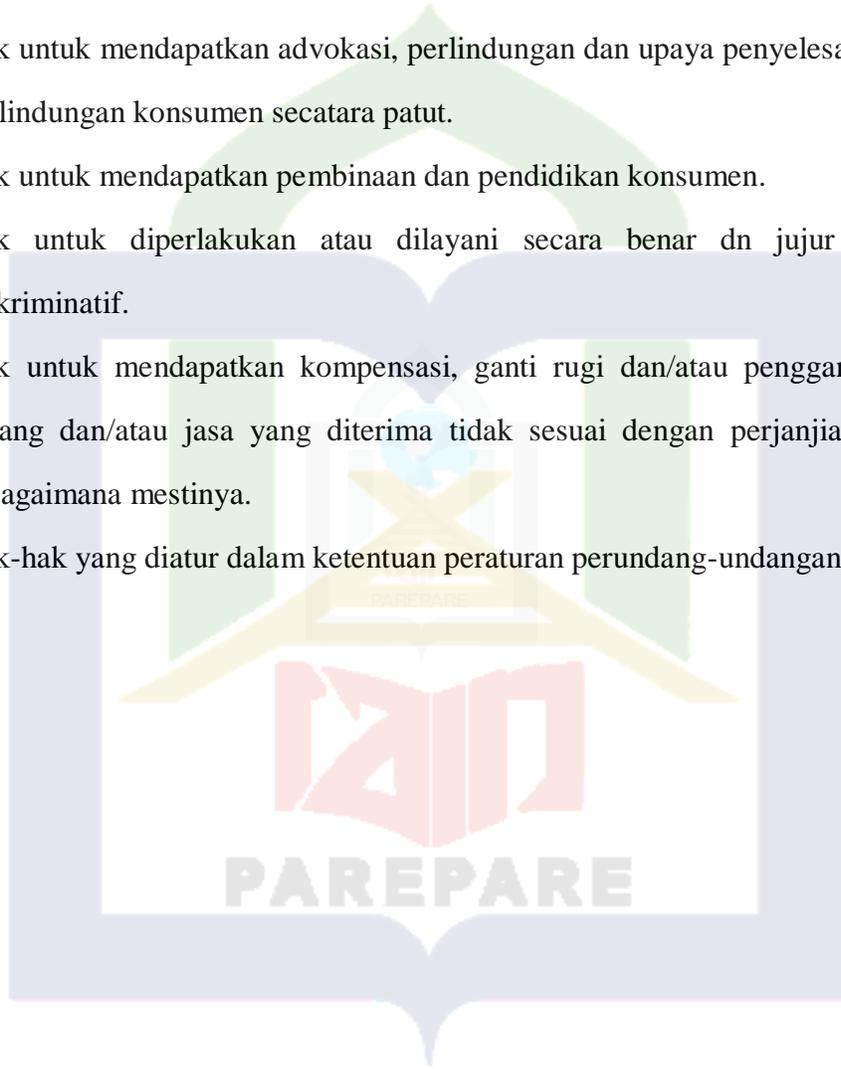
Hak ini dimaksudkan untuk melindungi konsumen dari kerugian akibat permainan harga secara tidak wajar. Karena dalam keadaan tertentu konsumen dapat saja membayar harga suatu barang yang jauh lebih tinggi daripada kegunaan atau kualitas dan kuantitas barang atau jasa yang diperolehnya.

Hak-hak konsumen juga diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yaitu sebagai berikut:²¹

- 1) Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa.
- 2) Hak untuk memilih dan mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.

²¹Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konumen*, h.38.

- 3) Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
- 4) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
- 5) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- 6) Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen.
- 7) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- 8) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
- 9) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.



2.2.1.3 Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

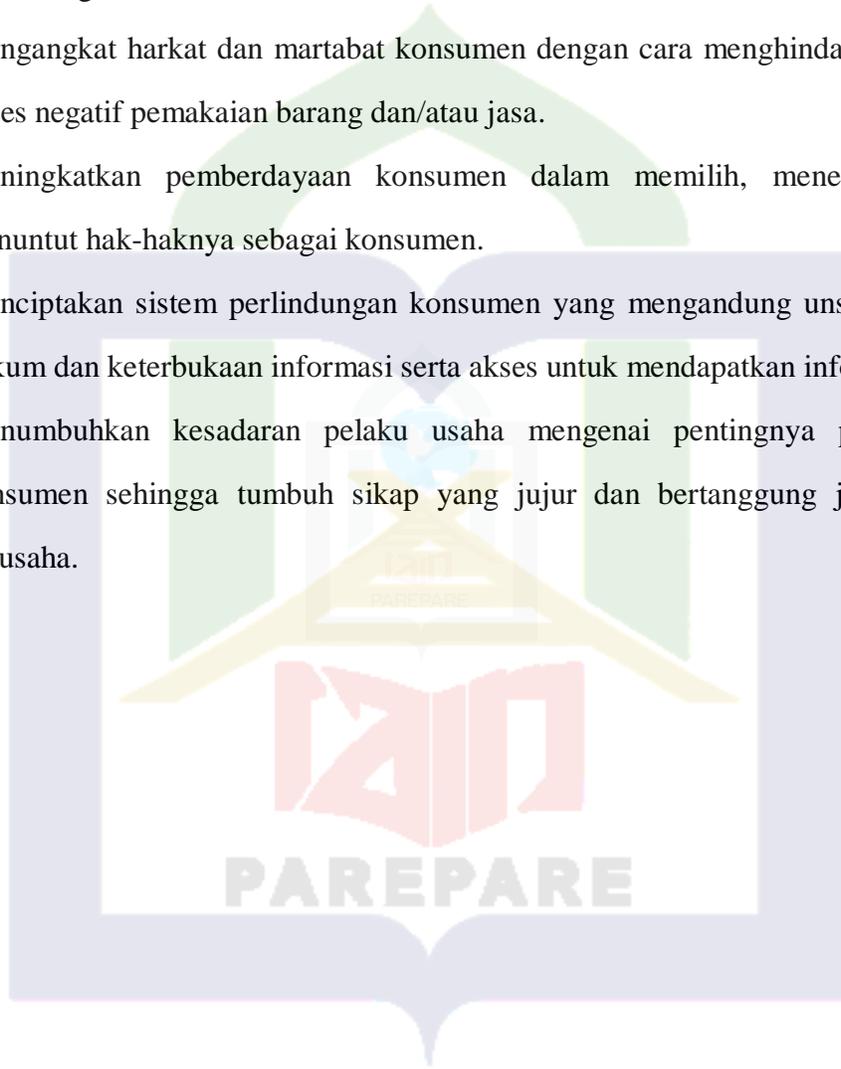
Ketentuan Pasal 2 Undang-undang Perlindungan Konsumen ditentukan bahwa perlindungan konsumen berasaskan: manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen serta kepastian hukum. Perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan lima asas yang relevan dalam pembangunan nasional, yaitu:²²

- 1) Asas manfaat, dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
- 2) Asas keadilan, dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat bisa diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
- 3) Asas keseimbangan, dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil maupun spiritual.
- 4) Asas keamanan dan keselamatan konsumen, dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan pada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
- 5) Asas kepastian hukum, dimaksudkan agar baik pelaku maupun konsumen mentaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen serta negara menjamin kepastian hukum.

²²Abdul R. Saliman et.al.eds, *Hukum Bisnis Untuk Perusahaan Teori & Contoh Kasus* (Jakarta: Kencana, 2007), h.221.

Sedangkan tujuan dari perlindungan konsumen tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.
- 2) Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa.
- 3) Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.
- 4) Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.
- 5) Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha.



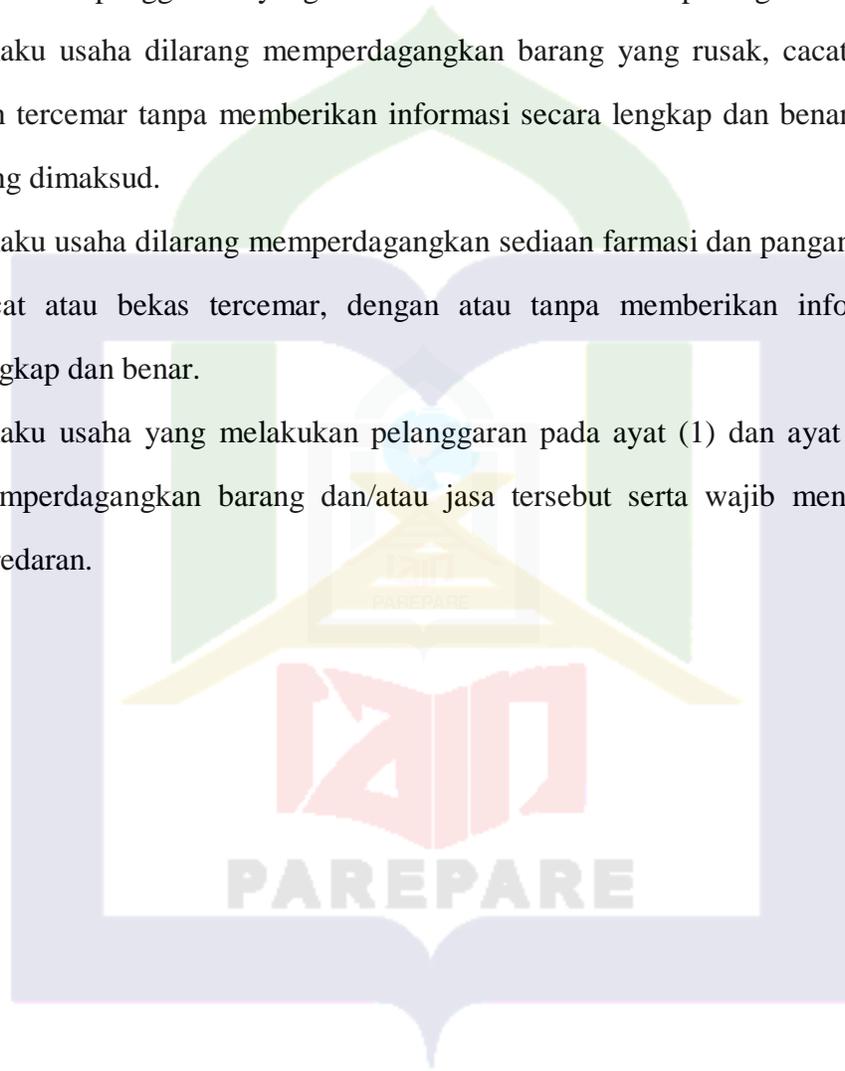
2.2.1.4 Perbuatan Yang Dilarang Bagi Pelaku Usaha

Sebagai upaya untuk menghindarkan akibat negatif pemakaian barang dan/atau jasa tersebut, maka ditentukan berbagai larangan sebagai berikut.²³

- 1) Pelaku Usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:
 - a. Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang di isyaratkan dan ketentuan peraturan perundang- undangan.
 - b. Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, 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 kedaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang baik atas barang tertentu.
 - h. Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang di cantumkan dalam label.

²³Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konumen*, h.63.

- 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 di pasang/dibuat.
- 2) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang yang dimaksud.
- 3) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.
- 4) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.



2.2.2 Teori Etika Bisnis Islam

2.2.2.1 Pengertian Etika Bisnis Islam

Kata etika berasal dari bahasa Yunani “*Ethos*” berarti adat istiadat atau kebiasaan. Hal ini berarti etika berkaitan dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik, dan segala kebiasaan yang dianut dan diwariskan dari satu orang ke orang lain atau satu generasi ke generasi yang lainnya.²⁴

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, istilah etika memiliki 3 arti: (1) ilmu tentang apa yang baik dan yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak). (2) kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak. (3) nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat. Meskipun etika berkaitan dengan moralitas, namun tidak sama persis dengan moralitas. Etika adalah semacam penelahan, baik aktivitas penelahan maupun hasil penelahan itu sendiri, sedangkan moralitas merupakan subjek. Etika merupakan ilmu yang mendalami standar moral perorangan dan standar moral masyarakat.²⁵

Etika juga termasuk bidang ilmu yang bersifat normatif, karena berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan oleh seorang individu.²⁶ Etika pada umumnya didefinisikan sebagai suatu usaha yang sistematis dengan menggunakan rasio untuk menafsirkan pengalaman moral individual dan sosial sehingga, dapat menetapkan aturan untuk mengendalikan perilaku manusia serta nilai-nilai yang berbobot untuk dapat dijadikan sasaran dalam hidup.²⁷

²⁴Agus Arijanto, *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), h.5.

²⁵Veithzal Rivai et.al.eds, *Islamic Business and Economic Ethics* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), h.3.

²⁶Rafiq Issa Beekum, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2004), h.3.

²⁷O.P Simorangkir, *Etika Bisnis, Jabatan dan Perbankan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), h.3.

Sonny Keraf memberikan penjelasan pengertian etika sebagai filsafat moral adalah refleksi kritis dan rasional mengenai nilai dan norma yang menyangkut bagaimana manusia harus hidup baik sebagai manusia dan mengenai masalah-masalah kehidupan manusia dengan mendasarkan diri pada nilai dan norma-norma moral yang umum diterima.²⁸ Dalam fikih Islam sebagai salah satu rujukan etika Islam dikemukakan pula hukum masing-masing dengan batasan yang jelas. Sifat-sifat komoditi yang halal dan memberikan manfaat yang jelas merupakan syarat bagi bisnis yang etis. Demikian pula, transaksi yang tidak jelas arahnya dan tidak dipahami oleh masing-masing pihak dinilai sebagai transaksi bisnis yang tidak etis.²⁹

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa etika adalah seperangkat nilai yang merupakan hasil gagasan manusia mengenai tata aturan yang berkaitan dengan perilaku manusia dan menjadi layak, wajar, sehingga biasa diterima suatu komunitas pada ruang dan waktu tertentu.

Secara etimologi, bisnis berarti keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan. Kata bisnis sendiri dapat merujuk pada badan usaha, yaitu kesatuan yuridis (hukum), teknis, dan ekonomis yang bertujuan mencari laba atau keuntungan. Sedangkan mengenai terminologi “bisnis” yang dimaksud adalah suatu urusan atau kegiatan dagang, industri atau keuangan yang dihubungkan dengan produksi atau pertukaran barang atau jasa dengan menempatkan uang dari para enterpreneur dalam resiko tertentu dengan usaha tertentu dengan motif untuk mendapatkan keuntungan.³⁰

²⁸Sonny Keraf, *Etika Bisnis* (Yogyakarta: Kanisius, 1998), h.15.

²⁹Bambang Subandi, *Bisnis Sebagai Strategi Islam* (Surabaya: Paramedia, 2000), h.231.

³⁰Sonny Keraf, *Etika Bisnis*, h.50.

Bisnis adalah suatu kegiatan di antara manusia yang menyangkut produksi, menjual dan membeli barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Bisnis dalam arti luas adalah istilah umum yang menggambarkan semua aktivitas dan institusi yang memproduksi barang dan jasa merupakan suatu organisasi yang menyediakan barang dan jasa yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan. Selain menetapkan etika, Islam juga mendorong umat manusia untuk mengembangkan bisnis.³¹

Al-Qur'an sangat banyak mendorong manusia untuk melakukan bisnis dan al-Qur'an memberi petunjuk agar dalam bisnis tercipta hubungan yang harmonis, saling ridha, tidak ada unsur eksploitasi, sebagaimana firman Allah swt. dalam Q.S An-Nisa/4:29

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

Terjemahnya:

Wahai orang-orang yang beriman! janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah maha penyayang kepadamu.³² (Q.S An-Nisa/4:29).

Perlu diingat, bahwa Rasulullah saw. sendiri adalah seorang pedagang bereputasi internasional yang disegani, yang mendasarkan bangunan bisnisnya pada nilai-nilai *Ilahi*. Dengan dasar itu, Nabi saw. membangun sistem ekonomi Islam yang

³¹Bambang Subandi, *Bisnis Sebagai Strategi Islam*, h.65.

³²Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Semarang: Raja Publishing, 2011), h.83.

tercerahkan.³³ Al-Qur'an menegaskan bahwa bisnis adalah tindakan yang halal dan diperbolehkan. Perdagangan yang jujur dan bisnis transparan sangat dihargai, direkomendasi, dan dianjurkan.³⁴

Islam adalah agama yang diturunkan oleh Allah SWT. kepada Nabi Muhammad SAW. untuk mengatur hubungan manusia dengan Allah, dengan dirinya dan dengan sesamanya. Jadi etika bisnis Islam adalah studi tentang seseorang atau organisasi melakukan usaha atau kontak bisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pengertian etika bisnis Islam tersebut selanjutnya dijadikan sebagai kerangka praktis yang secara fungsional akan membentuk suatu kesadaran beragama dalam melakukan setiap kegiatan ekonomi.

2.2.2.2 Macam-Macam Etika Bisnis

Ada beberapa macam etika yang tidak terlepas dari kegiatan berbisnis di antaranya sebagai berikut ini :

1) Etika dalam Produksi Barang dan Jasa

Menurut ahli ekonomi mendefinisikan produksi sebagai “menciptakan kekayaan melalui eksploitasi manusia terhadap sumber-sumber kekayaan lingkungan. Kekayaan alam ini meliputi kekayaan fauna dan flora.³⁵ Kegiatan produksi berarti membuat nilai yg bermanfaat atas suatu barang atau jasa, produksi dalam hal ini mempunyai fungsi menciptakan barang dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan.

³³Veithzal Rivai et.al.eds, *Islamic Business and Economic Ethics*, h.37.

³⁴K. Bertens, *Pengantar Etika Bisnis* (Yogyakarta: Kanisius, 2000), h.6.

³⁵Muhammad, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004), h.103.

Meskipun demikian, pembahasan tentang produksi dalam ilmu ekonomi konvensional senantiasa mengusung maksimalisasi keuntungan sebagai motif utama. Langkah-langkah yang di tempuh dalam proses produksi harus sesuai dengan kode etik yang mencakup tanggungjawab dan akuntabilitas korporasi yang diawasi ketat oleh asosiasi perusahaan dan masyarakat umum.

Hukum harus dijadikan sarana pencegahan bagi pelaku bisnis, yang dapat membahayakan masyarakat dalam memproduksi barang dan jasa harus di jerat norma-norma hukum yang berlaku sehingga masyarakat umum tidak dirugikan, dan juga peran pemerintah juga sangat di butuhkan untuk membina pelaku bisnis di Indonesia agar memiliki moral dan etika bisnis baik. Prinsip etika dalam produksi yang wajib dilaksanakan oleh setiap muslim baik individu ataupun komunitas adalah berpegang pada semua yang dihalalkan Allah dan tidak melewati batas.³⁶

2) Etika dalam Kegiatan Pemasaran

Kegiatan pemasaran adalah kegiatan mempromosikan dan menyampaikan barang atau jasa kepada konsumennya, pemasaran juga berupaya menciptakan nilai yang lebih dari pandangan konsumen atau pelanggan terhadap suatu produk perusahaan dibandingkan dengan harga barang atau jasa, hal ini dimaksudkan memberi nilai lebih tinggi dengan produk pesaingnya, pada dasarnya kegiatan pemasaran merupakan fungsi utama dalam menentukan bisnis atau perusahaan. Bisnis tidak dapat dipisahkan dari pemasaran, sebab pemasaran merupakan aktivitas perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan atas program-program yang dirancang untuk menghasilkan transaksi pada target pasar, guna memenuhi kebutuhan

³⁶Yusuf Qardhawi, *Daurul Qiyam wal Akhlaq fil Iqtishadil Islami*, terj. Zainal Arifin dan Dahlia Husin, *Norma dan Etika Ekonomi Islam* (Jakarta: Gema Insani Press, 2007), h.177.

perorangan atau kelompok berdasarkan asas saling menguntungkan, melalui pemanfaatan produk, harga, promosi, dan distribusi.³⁷

Tenaga pemasaran ini merupakan sarana penghubung utama perusahaan dengan konsumen atau merupakan ujung tombak bisnis perusahaan. Kegiatan pemasaran produk barang dan jasa tentu saja berbeda dalam penanganannya. Biasanya untuk produk barang biasanya sering kali diiklankan di media, sedangkan untuk jasa secara etis dan moral sangat sedikit yang dilakukan secara terbuka.

3) Etika dalam Kegiatan Konsumen

Dunia bisnis tidak terlepas dari tiga hal yaitu produksi, distribusi, dan konsumsi, dalam mengkonsumsi suatu barang kita harus memperhatikan haram atau halal suatu barang yang dikonsumsi. Dalam ajaran Islam, dianjurkan untuk mengkonsumsi barang dan makanan yang halal menurut ajaran Islam.

Dalam konsumsi, seseorang muslim harus memperhatikan kebaikan (kehalalan) sesuatu yang akan dikonsumsinya. Para *fuqaha'* menjadikan memakan hal-hal yang baik dibagi kedalam empat tingkatan. *Pertama*. wajib yaitu mengkonsumsi sesuatu yang dapat menghindarkan diri dari kebinasaan. *Kedua*. sunnah yaitu mengkonsumsi yang lebih dari kadar yang menghindarkan diri dari kebinasaan dan menjadikan seorang muslim mampu shalat dengan berdiri dan mudah berpuasa. *Ketiga*. mubah yaitu, sesuatu yang lebih dari sunnah sampai batas kenyang. *Keempat*. konsumsi yang melebihi batas kenyang.

³⁷Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, h.99.

2.2.2.3 Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

Secara umum, prinsip-prinsip yang berlaku dalam kegiatan bisnis yang baik sesungguhnya tidak bisa dilepaskan dari kehidupan kita sebagai manusia. Prinsip-prinsip etika bisnis yang berlaku di Indonesia akan sangat dipengaruhi oleh sistem nilai masyarakat kita. secara umum dapat dikemukakan beberapa prinsip etika bisnis, yakni:³⁸

- 1) Prinsip otonomi, adalah sikap dan kemampuan manusia untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan kesadarannya sendiri tentang apa yang dianggapnya baik untuk dilakukan.
- 2) Prinsip kejujuran. Terdapat tiga lingkup kegiatan bisnis yang bisa ditunjukkan secara jelas bahwa bisnis tidak akan bisa bertahan lama dan berhasil kalau tidak didasarkan atas kejujuran. *Pertama*. jujur dalam pemenuhan syarat-syarat perjanjian dan kontak. *Kedua*. kejujuran dalam penawaran barang atau jasa dengan mutu dan harga yang sebanding. *Ketiga*. jujur dalam hubungan kerja intern dalam suatu perusahaan.
- 3) Prinsip keadilan, menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan aturan yang adil dan sesuai dengan kriteria yang rasional objektif, serta dapat dipertanggungjawabkan.
- 4) Prinsip saling menguntungkan, yaitu menuntut agar bisnis dijalankan sedemikian rupa sehingga menguntungkan semua pihak.
- 5) Prinsip integritas moral, yaitu prinsip yang menghayati tuntutan internal dalam berperilaku bisnis atau perusahaan agar menjalankan bisnis dengan tetap menjaga nama baik perusahaannya.

³⁸Agus Arijanto, *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis*, h.17.

2.3 Tinjauan Konseptual

Agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam memberikan pengertian, maka peneliti memberikan penjelasan dari beberapa kata yang dianggap perlu agar mudah dipahami, yaitu sebagai berikut:

2.3.1 Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pengertian produk yaitu: (1)

barang atau jasa yang dibuat dan ditambah gunanya atau nilainya dalam proses produksi dan menjadi hasil akhir dari proses produksi itu, (2) benda atau yang bersifat kebendaan seperti barang, bahan, atau bangunan yang merupakan hasil konstruksi, (3) hasil; hasil kerja.³⁹ Menurut Kotler produk memiliki arti yang luas yaitu segala sesuatu yang ditawarkan, dimiliki, dipergunakan atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan termasuk didalamnya fisik, jasa, orang, tempat organisasi dan gagasan. Banyak produk dapat didiferensikan berdasarkan bentuk (*form*)-ukuran, bentuk, atau struktur fisik produk. Perhatikan berbagai bentuk yang dapat diambil dari produk-produk seperti aspirin. Meskipun aspirin pada intinya adalah komoditas, aspirin dapat didiferensikan berdasarkan jumlah dosis, bentuk, warna, lapisan, atau waktu kerjanya.⁴⁰

2.3.2 Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pengertian makanan yaitu: (1)

segala sesuatu yang dapat dimakan (seperti panganan, lauk-pauk, kue, (2) segala bahan yang kita makan atau masuk ke dalam tubuh yang membentuk atau mengganti jaringan tubuh, memberikan tenaga, atau mengatur semua

³⁹Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, h.1103.

⁴⁰Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran jilid 2* (Jakarta: Erlangga, 2008) h.8.

proses dalam tubuh, (3) rezeki.⁴¹ Makanan adalah segala sesuatu yang dapat dimakan dan setelah dicerna serta diserap tubuh akan berguna bagi kesehatan dan kelangsungan hidup.

2.3.3 Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pengertian kemasan yaitu: (1) hasil mengemas, (2) bungkus pelindung barang dagangan (niaga).⁴² Menurut Kotler dan Amstrong kemasan adalah suatu bentuk kegiatan yang melibatkan desain serta produk, sehingga kemasan ini dapat berfungsi agar produk didalamnya dapat terlindungi. Kemasan adalah bagian pertama produk yang dihadapi pembeli dan mampu menarik atau mnyingkirkan pembeli. Kemasan juga mempengaruhi pengalaman produk konsumen dikemudian hari.⁴³

2.3.4 Pengertian konsumen terdapat dalam pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen “konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”.⁴⁴ Menurut Philip Kotler konsumen adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk tujuan tertentu.

2.3.5 Pengertian perlindungan konsumen terdapat dalam pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen “perlindungan konsumen adalah segala upaya menjamin adanya kepastian hukum untuk

⁴¹Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, h.861-862.

⁴²Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, h.661.

⁴³Philip Kolter dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran jilid 2*, h.27.

⁴⁴Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 1 Angka 1.

memberi perlindungan kepada konsumen”.⁴⁵ Menurut Elizabeth A. Martin perlindungan konsumen merupakan perlindungan yang diberikan, terutama secara hukum kepada konsumen (pihak yang melakukan akad dengan pihak lain dalam suatu bisnis untuk memperoleh barang dan jasa dari pihak yang mengadakannya).

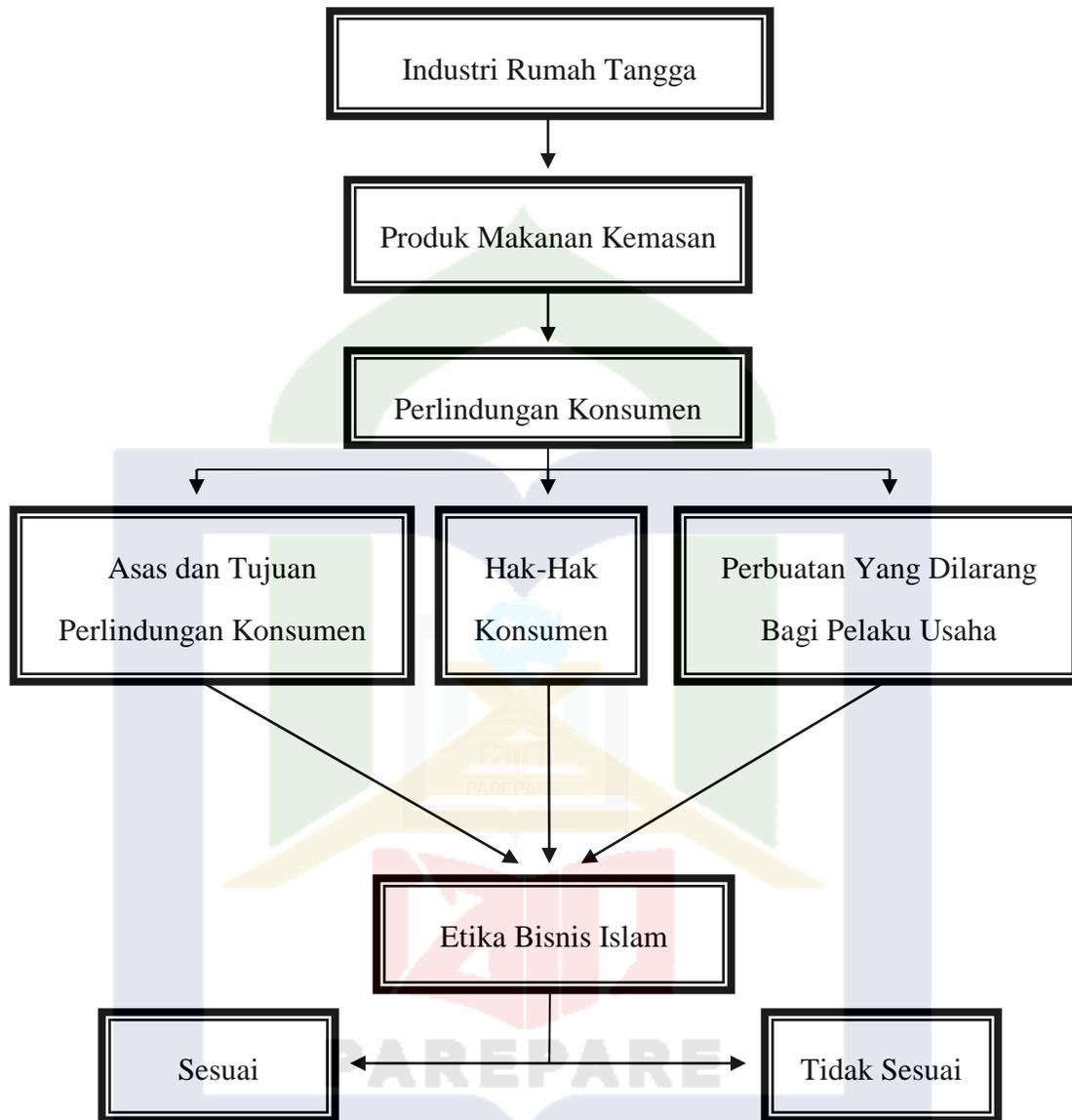
2.3.6 Etika Bisnis Islam adalah studi tentang seseorang atau organisasi melakukan usaha atau kontak bisnis yang saling menguntungkan sesuai dengan nilai-nilai ajaran Islam.

2.4 Bagan Kerangka Pikir

Industri rumah tangga yaitu industri yang menggunakan tenaga kerja kurang dari 4 orang yang berasal dari keluarga sendiri, memiliki modal yang sangat terbatas dan pengelola industri biasanya kepala rumah tangga itu sendiri. Dalam industri rumah tangga tersebut diproduksi makanan kemasan. Kemudian dalam penelitian ini juga akan diteliti mengenai bagaimana perlindungan konsumen di Balusu Kabupaten Barru, mulai dari hak-hak konsumen, asas dan tujuan perlindungan konsumen, dan perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha. Salah satu cara yang paling utama dalam mencapai keseimbangan antara perlindungan konsumen dengan perlindungan produsen adalah dengan menegakkan hak-hak konsumen dan akan analisis dengan etika bisnis Islam, apakah sudah sesuai atau tidak sesuai dengan etika bisnis Islam.

Penulis menggambarkan kerangka pikir tentang produk makanan kemasan di Kecamatan Balusu Kabupaten Barru, yaitu sebagai berikut:

⁴⁵Ahmadi Miru dan Sutarman Yudo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, h.1.



Gambar 1. Bagan kerangka pikir

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan penulis adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang langsung berhubungan dengan objek penelitian yang diteliti yaitu pelaku usaha dan konsumen. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan berdasarkan paradigma, strategi, dan implementasi model secara kualitatif. Istilah penelitian kualitatif dimaksudkan sebagai jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lain. Contohnya, dapat berupa penelitian tentang kehidupan, riwayat, dan perilaku seseorang, peranan organisasi, gerakan sosial, atau hubungan timbal balik.⁴⁶

Penelitian ini meneliti tentang “*No expired date* dalam produk makanan kemasan berdasarkan perspektif etika bisnis Islam (Studi di Kecamatan Balusu Kabupaten Barru)”. Disamping itu tidak terlepas dengan mengadakan penelitian kepustakaan dengan melakukan penelitian melalui buku-buku.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

Peneliti dalam hal ini terkait dengan lokasi penelitian akan melakukan penelitian pada industri rumah tangga di Kecamatan Balusu Kabupaten Barru.

3.2.2 Waktu Penelitian

Kegiatan penelitian ini dilakukan dalam waktu kurang lebih 1 bulan lamanya disesuaikan dengan kebutuhan penelitian.

⁴⁶Basrowi dan Suwandi, *Penelitian kualitatif* (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), h.21.

3.3 Fokus Penelitian

Pada skripsi yang akan diteliti oleh penulis, akan berfokus pada produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa yang beredar di Kecamatan Balusu Kabupaten Barru.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Data adalah bentuk-bentuk ungkapan, kata-kata, angka, simbol, dan apa saja yang memberikan makna, yang memerlukan proses lebih lanjut. Oleh sebab itu, perlu disampaikan wujud data apa yang akan diperlukan.⁴⁷ Data yang digunakan adalah data yang meliputi bahan-bahan yang bersifat primer dan sekunder.

3.4.1 Bahan-bahan yang bersifat primer

Data primer adalah data yang diambil langsung dari narasumber yang ada dilapangan dengan tujuan agar penelitian ini memperoleh informasi yang lebih jelas. Teknik yang digunakan dalam menentukan narasumber yaitu menentukan jumlah narasumber yang akan diwawancarai untuk memperoleh informasi. Narasumber tersebut terdiri dari produsen dan konsumen.

3.4.2 Bahan-bahan yang bersifat sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber eksternal maupun sumber internal. Dalam penelitian ini penulis mendapatkan data dari pelaku usaha, konsumen, buku-buku literatur, internet, jurnal, skripsi yang terkait serta data lainya yang dapat membantu ketersediaan data yang relevan dengan dengan tema penelitian ini. Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung serta melalui media perantara.

⁴⁷Nur Asnawi dan Mansyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran* (Malang: UIN Malang, 2009), h.15.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yaitu langkah yang paling utama dalam penelitian karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, sumber dan cara. Bila dilihat dari *settingnya* data dapat dikumpulkan pada *setting* alamiah, pada suatu seminar, diskusi di jalan dan lain-lain. Bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sekunder. Selanjutnya bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan *observasi*, *interview*, dokumentasi dan gabungan. Penulis mengelompokkan jenis dari pengumpulan data yaitu

3.5.1 Observasi

Sutrisno Hadi mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantaranya yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Dalam segi proses pelaksanaan pengumpulan data, observasi dapat dibedakan menjadi *participant observation* (observasi berperan serta) dan *non participant observation*.

Participant observation, peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Sedangkan *non participant observation* peneliti terlibat langsung dengan aktivitas orang-orang yang sedang diamati maka dalam *observasi nonparticpant* peneliti tidak terlibat dan hanya sebagai pengamat independen.⁴⁸

⁴⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D Cetakan 14* (Bandung: alfabeta, 2012), h.204.

Asumsinya bahwa informasi yang diperoleh peneliti melalui pengamatan akan lebih akurat apabila juga digunakan wawancara atau juga menggunakan bahan dokumentasi untuk mengoreksi keabsahan informasi yang telah diperoleh dengan kedua metode tersebut.⁴⁹

3.5.2 Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit.

Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur dan tidak terstruktur. Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data bila peneliti atau pengumpulan data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.

3.5.3 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu cara pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, sehingga akan diperoleh data yang lengkap, sah dan bukan berdasarkan perkiraan.⁵⁰ Dokumentasi Sebagai pelengkap dalam pengumpulan data maka penulis menggunakan data dari sumber-sumber yang memberikan informasi terkait dengan permasalahan yang dikaji.

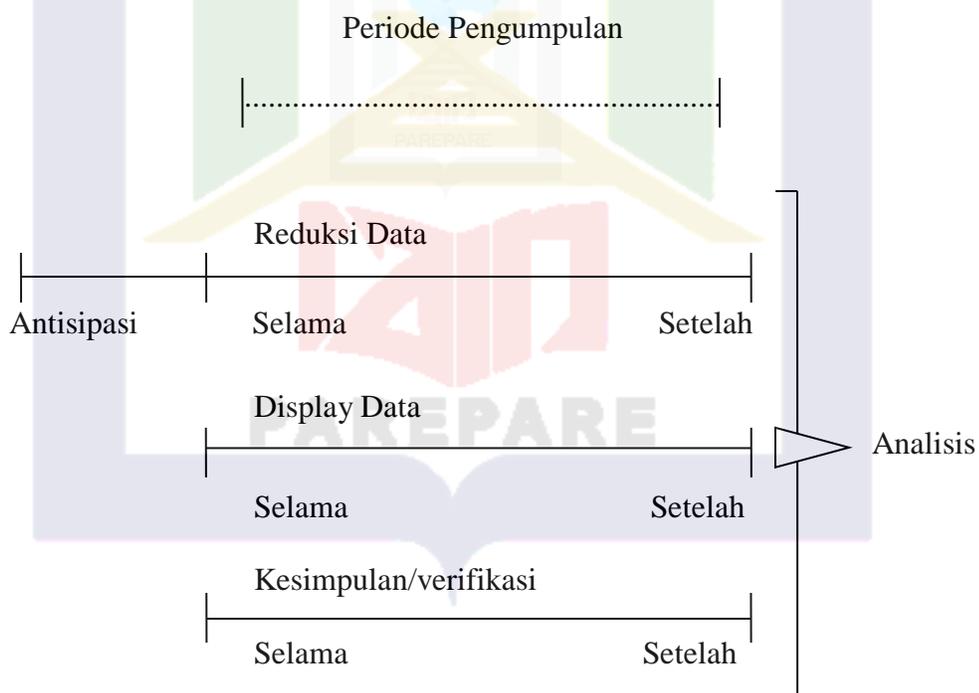
⁴⁹Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012), h.203.

⁵⁰Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), h.158.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu diperoleh data yang dianggap kredibel. Miles dan Huberman mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh.

Adapun langkah-langkah analisis data yaitu sebagai berikut:



Gambar 2. Komponen dalam analisis data (*flow Model*)

3.6.1 Reduksi Data (*data reduction*)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Makin lama peneliti kelapangan, maka jumlah data akan makin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui redaksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

Dengan mereduksi data, setiap peneliti akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai. Tujuan utama dari penelitian kualitatif adalah pada temuan. Oleh karena itu, kalau peneliti dalam melakukan penelitian, menemukan segala sesuatu yang dipandang asing, tidak dikenal, belum memiliki pola, justru itulah yang harus dijadikan perhatian peneliti dalam mereduksi data.

3.6.2 Penyajian Data (*data display*)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut. Selanjutnya disarankan, dalam melakukan display data, selain dengan teks yang naratif, juga dapat berupa, grafik, matrik, *network* (jejaring Kerja), dan *chart*. Dalam prakteknya tidak semudah ilustrasi yang diberikan, karena fenomena sosial bersifat kompleks, dan dinamis, sehingga apa yang ditemukan pada saat memasuki lapangan dan setelah berlangsung agak lama di lapangan akan mengalami perkembangan data. Untuk itu maka peneliti harus selalu menguji apa yang telah

ditemukan pada saat memasuki lapangan yang masih bersifat hipotetik itu berkembang atau tidak.

3.6.3 Kesimpulan/Verifikasi (*conclusion/verification*)

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan 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 kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada dilapangan.⁵¹

⁵¹Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D Cetakan 5* (Bandung: Alfabeta, 2008), h.345.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Dampak Produk Makanan Kemasan Tanpa Tanggal Kedaluwarsa di Kecamatan Balusu Kabupaten Barru

Kegiatan ekonomi skala kecil pada umumnya mudah dilakukan oleh individu-individu lainnya dan kelompok masyarakat yang memiliki pendidikan rendah dan ditunjukkan untuk menambahkan pendapatan mereka atau mengurangi jumlah pengangguran yang ada. Meskipun beberapa produsen yang menetapkan bahwa memproduksi makanan ringan sebagai pekerjaan pokok, dan adapun sebagai pekerjaan sampingan saja untuk menambah pendapatan. Industri rumah tangga (*home industry*) merupakan wadah bagi sebagian masyarakat yang mampu tumbuh dan berkembang.

Secara mandiri dengan memberikan andil yang besar serta menduduki peran strategis dalam pembangunan ekonomi di Kecamatan Balusu. Saat ini, *home industry* terus berkembang di Kecamatan Balusu sebagai sumber perekonomian yang bagus bagi daerah sekitar. Usaha-usaha tersebut membawa pengaruh positif bagi masyarakat karena dapat meningkatkan perekonomian keluarga serta menyerap tenaga kerja dan terus melestarikan cemilan-cemilan tradisional.

Kebanyakan orang sekarang ini tidak begitu peduli dengan tanda *expired* atau tanggal kedaluwarsa dari produk-produk yang akan dibeli atau yang telah dibeli, baik itu berupa produk yang bersifat primer atau pun sekunder. Padahal dengan kita memperhatikan tanda *expired* atau tanggal kedaluwarsa tersebut kita akan terhindar dari berbagai kerugian, baik itu kerugian material ataupun kerugian batin, seperti daya tahan tubuh kita menjadi menurun dikarenakan keracunan makanan yang sudah

kedaluwarsa, karena kita tidak mengamati dengan jelas kapan produk dari makanan ini sudah tidak layak kita konsumsi lagi atau sudah kedaluwarsa. Adapun, ciri-ciri dari produk makanan yang sudah kedaluwarsa itu terlihat dari bentuk kemasan yang sudah berubah seperti:

- 4.1.1 Makanan sudah berubah warna dikarenakan sudah berjamur.
- 4.1.2 Rasanya tidak seperti yang di promosikan.
- 4.1.3 Menimbulkan bau yang tidak sedap ketika di buka.
- 4.1.4 Kemasan produk tidak berdebu itu bukanlah suatu jaminan bahwa produk tersebut masih layak atau tidak untuk dikonsumsi.

Hasil wawancara yang diperoleh oleh peneliti di salah satu industri rumah tangga yang ada di Kecamatan Balusu terhadap produk makanan kemasan yang diproduksi tidak mencantumkan tanggal kedaluwarsa. Salah satunya produk makanan kemasan yang diproduksi oleh ibu Salmiah Ibrahim yang dirintis sejak tanggal 28 Oktober 2013. Ibu Salmiah mendirikan industri rumah tangga hingga saat ini, produk makanan ibu Salmiah mempunyai label yaitu "Bolu Cukke Barru".

Nama produk dan penempatan tanggal kedaluwarsa terdapat pada kertas kecil yang diletakkan diatas kemasan. Ibu Salmiah mengatakan bahwa produk yang diproduksinya sangat digemari didaerah sekitar industri tersebut. Bahkan produk tersebut sudah dipasarkan sampai diluar provinsi dan diluar negara yaitu provinsi Kalimantan dan negara Malaysia. Adapun bahan yang digunakan sangatlah mudah untuk didapatkan yaitu, tepung terigu, gula merah, telur, potas, dan prambosen. Sedagkan alat yang digunakan masih alat manual seperti, oven, kompor dan cetakan. Proses pembuatannya pun sangat mudah hanya memerlukan waktu sekitar setengah

jam. Adapun pendapat Ibu Salmiah mengenai produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa yaitu:

Produk makanan kemasan yang tidak mempunyai tanggal kedaluwarsa sebenarnya mengkhawatirkan untuk konsumen, karena bisa saja makanan tersebut sudah tidak layak untuk dikonsumsi. Namun saya menjual produk ini apabila masih bagus. Sebenarnya makanan ini tidak tahan lama, untuk itu biasanya konsumen bertanya pada saat akan membeli, konsumen akan melihat bolu kukke ini apakah masih layak untuk dikonsumsi. Biasanya konsumen akan melihat warna dan mencium baunya.⁵²

Hasil wawancara diatas menyatakan bahwa produk makanan kemasan yang tidak mempunyai tanggal kedaluwarsa sebenarnya mengkhawatirkan untuk konsumen, karena bisa saja makanan tersebut sudah tidak layak untuk dikonsumsi. Praktik tersebut seharusnya tidak dilakukan oleh ibu Salmiah, karena jelas akan merugikan bagi konsumen yang mengonsumsi makanan tanpa tanggal kedaluwarsa tersebut. Apalagi makanan tersebut tidak tahan lama, tetapi masih diperjual belikan.

Selain wawancara terhadap produsen peneliti juga mewawancarai beberapa konsumen yang biasanya membeli produk makanan kemasan yang tidak mencantumkan tanggal kedaluwarsa. Seperti yang dituturkan oleh Ibu Anti:

Produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa tidak boleh dipasarkan karena tidak diketahui apakah masih layak dimakan atau tidak. Produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa bisa saja menimbulkan penyakit kalau mengonsumsi dalam jangka waktu yang panjang.⁵³

Hasil wawancara dengan Ibu Anti menyatakan bahwa Produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa tidak boleh dipasarkan karena tidak diketahui apakah masih layak dimakan atau tidak. Untuk itu kita sebagai konsumen harus teliti

⁵²Wawancara Pribadi dengan Ibu Salmiah Ibrahim, Pemilik Industri Rumah Tangga pada tanggal 30 Mei 2018.

⁵³Wawancara Pribadi dengan Ibu Anti, Konsumen pada tanggal 1 Juni 2018.

sebelum membeli dan mengonsumsi produk makanan. Adapun pendapat Bapak Ahmad Idris mengenai produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa yaitu:

Produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa bisa saja dikonsumsi apabila masih dalam keadaan baik tidak berubah rasa dan warna. Tapi apabila sudah berubah rasa dan warna sebaiknya makanan tersebut tidak dijual atau dipasarkan lagi, karena bisa saja menimbulkan penyakit bahkan keracunan.⁵⁴

Hasil wawancara Bapak Ahmad Idris menyatakan bahwa Produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa bisa saja dikonsumsi apabila masih dalam keadaan baik tidak berubah rasa dan warna. Berbeda halnya dengan apa yang dikatakan oleh ibu Anti bahwa produk makanan kemasan tidak boleh dipasarkan karena bisa saja menimbulkan penyakit apabila mengonsumsi dalam jangka panjang.

Kasus-kasus konsumen yang tidak mendapatkan perhatian dari pengusaha dan pemerintah pada perkembangan berikutnya semakin menghilangkan kepercayaan pengusaha pada masalah konsumen. Melihat persoalan-persoalan yang ada dalam perlindungan konsumen serta aturan yang mengatur yakni Undang-undang perlindungan konsumen yang seharusnya dapat menjadi benteng sebagai pelindung terhadap pelanggaran-pelanggaran atas hak konsumen namun, hal ini belum dapat terealisasi dengan baik. Adapun pendapat Ibu Masna dan Ibu Mariana mengenai produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa yaitu:

Produk makanan tanpa tanggal kedaluwarsa sebenarnya tidak layak untuk dijual atau dipasarkan, karena makanan tersebut tidak diketahui apakah masih layak untuk dikonsumsi atau tidak. Produk tersebut bisa menimbulkan penyakit apabila makanan tersebut sudah tidak layak untuk dikonsumsi.⁵⁵

Produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa sangat meresahkan masyarakat, karena apabila makanannya sudah kedaluwarsa tapi masih dijual kepada konsumen bisa berdampak negatif dan bisa menimbulkan keracunan.⁵⁶

⁵⁴Wawancara Pribadi dengan Bapak Ahmad Idris, Konsumen pada tanggal 3 Juni 2018.

⁵⁵Wawancara Pribadi dengan Ibu Masna, Konsumen pada tanggal 8 Juni 2018.

⁵⁶Wawancara Pribadi dengan Ibu Mariana, Konsumen pada tanggal 12 Juni 2018.

Konsumen berhak mendapatkan keamanan barang dan/atau jasa yang ditawarkan kepadanya. Produk barang atau jasa itu tidak boleh membahayakan jika dikonsumsi sehingga konsumen tidak dirugikan baik jasmani maupun rohani terlebih terhadap barang atau jasa yang yang dihasilkan dan dipasarkan oleh pelaku usaha.

Produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa tidak bisa dikonsumsi dalam jangka waktu panjang dan seharusnya produsen sadar akan tanggung jawabnya untuk memberikan tanggal kedaluwarsa bagi produk yang diproduksinya sebagai informasi kepada konsumen.⁵⁷

Menurut saya, produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa membuat konsumen sering terkecoh, karena masa tahan lama pada makanan ini tidak lama hanya seminggu sampai sepuluh hari saja ia dapat bertahan dan layak untuk dikonsumsi.⁵⁸

Produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa sangat meresahkan masyarakat karena bisa saja berpengaruh pada kesehatan. Maka dari itu sebagai konsumen harus pintar dan jeli dalam membeli makanan, karena bisa saja makanan yang dibeli sebenarnya sudah kedaluwarsa atau sudah tidak layak untuk dikonsumsi.⁵⁹

Ketidakpekaan ini kemudian menjurus pada semakin jauhnya para pengusaha dari norma-norma etika, semakin menipisnya etika bisnis dikalangan pelaku usaha mengakibatkan semakin sulitnya para konsumen untuk mendapatkan hak-haknya. Jika dilihat dari fakta-fakta yang ada, kerugian selalu ada dipihak konsumen maka dari itu ada beberapa hal yang harus diperhatikan yakni:

4.1.1 Perbuatan pelaku usaha baik disengaja maupun karena kelalaian dan mengabaikan etika bisnis, ternyata berdampak luas. Dalam kasus semacam itu, kerugian yang diderita konsumen bersifat massal.

⁵⁷Wawancara Pribadi dengan Ibu Kasmawati, Konsumen pada tanggal 13 Juni 2018.

⁵⁸Wawancara Pribadi dengan Ibu Kurnia, Konsumen pada tanggal 19 Juni 2018.

⁵⁹Wawancara Pribadi dengan Ibu Agustina, Konsumen pada tanggal 20 Juni 2018.

4.1.2 Dampak yang ditimbulkan pelaku usaha juga dapat bersifat seketika tetapi ada pula yang terlihat dan terasa setelah beberapa waktu.

4.1.3 Kalangan yang banyak menjadi korban adalah masyarakat bawah. Pada umumnya mereka tidak mempunyai pilihan lain karena hanya mampu memperoleh barang atau jasa yang dihasilkan dari standar yang tidak memenuhi syarat.

Untuk mengangkat harkat dan martabat konsumen serta menciptakan kemaslahatan, hal-hal yang membawa dampak negatif dari pemakaian barang dan/atau jasa harus dihindarkan dari aktivitas perdagangan pelaku usaha. Sebagai upaya menghindari akibat negatif pemakaian barang dan/atau jasa maka, pelaku usaha mempunyai tanggung jawab terhadap perbuatan yang dilakukannya.

Hasil wawancara makanan kemasan dapat disimpulkan bahwa tanggungjawab yang diberikan kepada konsumen hanya sebatas ganti rugi dengan menukarkan produknya dengan yang baru, mengembalikan uang konsumen atau biaya kesehatan yang hanya sewajarnya, karena usaha mereka belum terlalu besar serta belum pernah ada juga kasus yang benar-banar harus diselesaikan sampai melibatkan meja hijau.

4.2 Pandangan Etika Bisnis Islam Terhadap Perlindungan Konsumen dalam Produk Makanan Kemasan tanpa Tanggal Kedaluwarsa di Kecamatan Balusu Kabupaten Barru

Perlindungan konsumen dalam Islam sebenarnya sudah dimulai sejak Nabi Muhammad SAW belum diangkat menjadi Rasul, beliau membawa barang dagangan Khadijah dengan mendapatkan imbalan atau upah. Sekalipun tidak banyak literatur yang berbicara tentang aspek perlindungan konsumen ketika itu, namun prinsip-prinsip perlindungan konsumen dapat ditemukan dari praktik-praktik bisnis yang

dilakukan oleh Rasulullah SAW. Kejujuran, keadilan dan integritas Rasulullah tidak diragukan lagi oleh penduduk Mekkah, sehingga potensi tersebut meningkatkan reputasi dan kemampuannya dalam berbisnis.

Setelah Muhammad SAW diangkat menjadi Rasul, konsumen mendapatkan perhatian yang cukup besar dalam ajaran Islam, baik dalam Al-Qur'an maupun Hadits. Bisnis yang adil dan jujur menurut Al-Qur'an adalah bisnis yang tidak menzalimi dan tidak pula dizalimi. Allah SWT berfirman dalam Q.S. Al-Baqarah/2:279.

فَإِنْ لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ۗ وَإِنْ تُبْتِغُوا فَلَئِنَّ رُءُوسَ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ

Terjemahannya:

Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu: kamu tidak berbuat zalim (merugikan) dan tidak dizalimi (dirugikan).⁶⁰ (Q.S. Al-Baqarah/2:279).

Sepintas ayat ini memang berbicara tentang riba, tetapi secara implisit mengandung pesan-pesan perlindungan konsumen. Di akhir ayat disebutkan tidak menganiaya dan tidak dianiaya (tidak menzalimi dan tidak pula dizalimi). Dalam konteks bisnis, potongan pada akhir ayat tersebut mengandung perintah perlindungan konsumen bahwa antara pelaku usaha dan konsumen dilarang untuk saling menzalimi atau merugikan satu dengan yang lainnya. Hal ini berkaitan dengan hak-hak konsumen dan juga hak-hak pelaku usaha (produsen).

Etika dalam islam merupakan ajaran tuhan yang diwahyukan kepada Rasulullah Saw. baik dalam bentuk Al-Qur'an maupun Sunnah. Aspek watak

⁶⁰Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Semarang: Raja Publishing, 2011), h.47.

manusia (*character*) yang cenderung mendahulukan keinginan (*will*) daripada kebutuhan (*need*). Bukankah watak dasar manusia itu secara universal adalah bersifat serakah (tamak) dan cenderung mendahulukan keinginannya dan tidak terbatas dan tidak terukur daripada sekedar memenuhi kebutuhan yang terbatas dan terukur. Dengan watak semacam ini tentu saja manusia membutuhkan pencerahan agar mereka sadar bahwasannya dalam hidup ini yang paling pokok adalah memenuhi kebutuhan yang mendasar. Sudah layaknya perlu adanya ajaran etika dalam dunia bisnis agar para pelaku bisnis memahami dan menyadari mana wilayah yang sah dilakukan, dan mana pula yang tidak boleh dilanggar dalam melakukan usaha.

Perkembangan teknologi (*technology*) yang semakin pesat disatu sisi banyak mendatangkan nilai positif yang semakin mempermudah dan mempercepat pemenuhan kebutuhan hidup manusia. Namun, disisi lain dampak negatifnya pasti akan terjadi. Oleh karena itu, untuk mengantisipasi terjadinya praktik penyimpangan etika tersebut di era kecanggihan teknologi kehadiran etika bisnis sangatlah signifikan sekali. Aspek akademis (*science academic*) perlunya kajian akademik tentang etika dalam bisnis agar selalu dihasilkan teori-teori baru yang dapat diaplikasikan dalam dunia bisnis yang aktual dan kontekstual.⁶¹

Konsep ekonomi dan perdagangan dalam Islam harus dilandasi dengan nilai-nilai dan etika yang menjunjung tinggi kejujuran dan keadilan bisnis. Fakta yang menunjukkan bahwa Rasulullah telah memberikan contoh dalam melakukan perdagangan secara adil dan jujur.

⁶¹Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis* (Jakarta: Penebar Plus Imprint dari Penebar Swadaya, 2012), h.31-34.

4.2.1 Hak-hak Konsumen

Seluruh ajaran Islam yang terkait dengan perdagangan dan perekonomian beorientasi pada perlindungan hak-hak pelaku usaha atau produsen dan konsumen, karena Islam menghendaki adanya unsur keadilan, kejujuran dan transparansi yang dilandasi dengan nilai keimanan dalam praktik perdagangan dan peralihan hak. Terkait dengan hak-hak konsumen, Islam memberikan ruang bagi konsumen dan produsen untuk mempertahankan hak-haknya dalam perdagangan yang dikenal dengan istilah khiyar dengan beragam jenisnya.

Hasil pengumpulan informasi produsen dan konsumen tentang hak-hak konsumen dalam Islam diperoleh hasil sebagai berikut:

4.2.1.1 *Khiyar Majelis*

Khiyar Majelis merupakan hak bagi pembeli atau penjual untuk melanjutkan atau membatalkan proses jual-beli selama belum beranjak dari lokas atau masih berada pada lokasi yang sama. Apabila kedua belah pihak sudah berpisah lokasi transaksi maka khiyar ini sudah tidak dapat berlaku lagi. Kecuali, sebelumnya suda ada kesepakatan diantara kedua belah pihak untuk tidak menggunakan khiyar ini, dengan syarat pemutusan ini tidak dilakukan secara sepihak.

4.2.1.2 *Khiyar Syarat*

Khiyar Syarat adalah salah satu pihak yang berakad membeli sesuatu dengan ketentuan memiliki *khiyar* selama jangka waktu yang jelas. Selama waktu tersebut, jika pembeli menginginkan bisa melaksanakan jual beli tersebut atau membatalkan.

4.2.1.3 *Khiyar Aib*

Khiyar Aib atau hak menggagalkan karena adanya cacat barang; hal untuk menggagalkan perjanjian jika ditemukan kecacatan pada barang yang sebelumnya tidak diketahui. Beberapa persyaratan *khiyar aib* akan berlaku, antara lain:

- 1) Cacat harus ada pada objek sebelum diterima oleh pembeli. Apabila cacat terjadi setelah akad dilakukan namun belum diserahkan kepada pembeli maka *khiyar* jenis ini masih berlaku.
- 2) Apabila cacat ada ketika objek sampai di nasabah (cacat ketika proses pendistribusian).
- 3) Pembeli memang tidak mengetahui adanya cacat ketika akad dilakukan.

4.2.1.4 *Khiyar al-Ghabn al-Fahisy (Khiyar al-Mustarisil)*

Khiyar jenis ini suatu saat menjadi hak penjual dan suatu saat bisa menjadi hak pembeli. Kadang kala pembeli membeli barang dengan harga 5 dinar, padahal barang tersebut hanya setara dengan 3 dinar. Jika seorang penjual atau pembeli ditipu dalam hal ini, maka ia memiliki *khiyar* untuk menarik diri dari jual belitersebut dan membatalkan akad.

4.2.1.5 *Khiyar Ru'yah*

Khiyar jenis ini terjadi apabila pelaku usaha menjual barang dagangannya, sementara barang tersebut tidak ada dalam majelis jual beli. Kemudian pembeli melihat barang tersebut tidak sesuai dengan keinginannya, maka pembeli berhak menarik membatalkan diri dari akad jual beli tersebut.

4.2.1.6 *Khiyar Ta'yin*

Khiyar jenis ini memberikan hak kepada pembeli untuk memilih barang yang diinginkan dari sejumlah atau sekumpulan barang yang dijual kendati barang tersebut berbeda harganya, sehingga konsumen dapat menentukan barang yang dia kehendaki.

4.2.2 Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan asas yang relevan dalam pembangunan nasional, yaitu:

- 4.2.2.1 Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
- 4.2.2.2 Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
- 4.2.2.3 Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil dan spiritual.
- 4.2.2.4 Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
- 4.2.2.5 Asas kepastian hukum dimaksudkan agar pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Memperhatikan substansi tersebut tampak bahwa perumusannya mengacu pada filosofi pembangunan nasional yaitu pembangunan manusia Indonesia seutuhnya yang berlandaskan pada falsafah bangsa negara Republik Indonesia. Kelima asas yang disebutkan dalam pasal tersebut, bila diperhatikan substansinya, dapat dibagi menjadi 3 (tiga) bagian asas yaitu: asas kemanfaatan yang di dalamnya meliputi asas keamanan dan keselamatan konsumen, asas keadilan yang di dalamnya meliputi asas keseimbangan dan asas kepastian hukum.

Asas-asas Hukum Perlindungan Konsumen yang dikelompokkan dalam 3 (tiga) kelompok diatas yaitu asas keadilan, asas kemanfaatan, dan kepastian hukum. Dalam hukum ekonomi keadilan disejajarkan dengan asas keseimbangan, kemanfaatan disejajarkan dengan asas maksimalisasi, dan kepastian hukum disejajarkan dengan asas efisiensi.

Tujuan perlindungan konsumen, yaitu:

- 4.2.2.1 meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- 4.2.2.2 mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- 4.2.2.3 meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- 4.2.2.4 menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;

4.2.2.5 menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;

4.2.2.6 meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Keenam tujuan khusus perlindungan konsumen yang disebutkan di atas bila dikelompokkan ke dalam tiga tujuan hukum secara umum, maka tujuan hukum untuk mendapatkan keadilan terlihat dalam rumusan huruf c, dan huruf e. Sementara tujuan untuk memberikan kemanfaatan dapat terlihat dalam rumusan huruf a, dan d, serta huruf f. Terakhir tujuan khusus yang diarahkan untuk tujuan kepastian hukum terlihat dalam rumusan huruf d. Pengelompokkan ini tidak berlaku mutlak, oleh karena seperti yang dapat dilihat dalam rumusan pada huruf a sampai dengan huruf f terdapat tujuan yang harus dikualifikasi sebagai tujuan ganda

Demikian pula dalam Islam, etika bisnis Islam harus berdasarkan pada prinsip-prinsip dasar yang berlandaskan pada al-Qur'an dan al-Hadits, sehingga dapat diukur dengan aspek dasarnya yang meliputi:

4.2.2.1 Barometer ketakwaan seseorang.

4.2.2.2 Mendatangkan keberkahan.

4.2.2.3 Mendapatkan derajat seperti para Nabi, Shiddiqin dan Syuhada.

4.2.2.4 Berbisnis merupakan sarana beribadah kepada Allah Swt.

Ada enam langkah konkrit awal dalam memulai etika bisnis Islam, yaitu:

4.2.2.1 Niat ikhlas mengharap ridho Allah

4.2.2.2 Professional

4.2.2.3 Jujur dan amanah

4.2.2.4 Mengedepankan etika sebagai seorang muslim

4.2.2.5 Tidak melanggar prinsip syariah

4.2.2.6 Ukhuwah islamiyah

Ada beberapa hal yang dapat dikemukakan dari tujuan umum etika bisnis, sebagai berikut:

4.2.2.1 Menanamkan kesadaran akan adanya dimensi etis dalam bisnis.

4.2.2.2 Mengenalkan argumentasi-argumentasi moral dibidang ekonomi dan bisnis serta cara penyusunannya.

4.2.2.3 Membantu untuk menentukan sikap moral yang tepat dalam menjalankan profesi.

Apabila moral adalah nilai yang mendorong seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu, maka etika adalah rambu-rambu atau patokan yang ditentukan sendiri oleh pelaku atau kelompoknya. Karena moral bersumber pada budaya masyarakat, maka moral dunia usaha nasional tidak bisa berbeda dengan moral bangsanya.

Inti daripada etika bisnis yang pantas dikembangkan di tanah air kita adalah pengendalian diri, sesuai dengan falsafah Pancasila yang kita miliki. Kita semua menyadari bahwa keuntungan adalah motivasi bisnis. Yang ingin diatur dalam etika bisnis adalah bagaimana memperoleh keuntungan itu. Keuntungan yang dicapai dengan cara yang curang, tidak adil, dan bertentangan dengan nilai budaya dan martabat kemanusiaan, tidaklah etis. Etika bisnis juga membatasi besarnya keuntungan, sebatas tidak merugikan masyarakat. Etika bisnis juga harus mengandung sikap solidaritas sosial. Bisnis tidak boleh hanya memperhatikan masa

kini atau kenikmatan saat ini. Dunia usaha harus pula memperhatikan masa depan bangsa dan mewariskan keadaan yang lebih baik bagi generasi yang akan datang.

Keadaan bagaimana pun pelaku bisnis warga negara Indonesia, tidak boleh kehilangan rasa kebangsaannya dan jati dirinya sebagai orang Indonesia. Ia harus memiliki kepedulian dan komitmen untuk turut menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi bangsanya melalui kiprahnya dalam bisnis. Ia tetap harus memperhatikan dan mendahulukan kepentingan bangsanya, yaitu bangsa yang telah membesarkan bisnis dan dirinya.⁶²

4.2.3 Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Makanan Kemasan Tanpa Tanggal Kedaluwarsa di Kecamatan Balusu Kabupaten Barru

Pembangunan perekonomian di Indonesia, khususnya di bidang perindustrian dan perdagangan telah membawa manfaat yang besar bagi semua pihak (pelaku ekonomi), terutama bagi konsumen, yaitu semakin banyaknya pilihan barang dan jasa yang ditawarkan, dengan berbagai jenis, tipe, harga dan kualitas. Di Indonesia untuk mengatur dan melindungi konsumen terhadap kejahatan bisnis seperti penipuan, iklan produk yang menyesatkan dan agar konsumen dapat dilayani dengan baik, maka dibuatlah undang-undang tentang perlindungan konsumen, yaitu Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Undang-undang tersebut menjelaskan bahwa konsumen memiliki hak untuk mendapatkan barang atau jasa yang sesuai dengan apa yang ditawarkan dan memenuhi syarat yang telah ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan, sehingga tanggung jawab produk adalah para pelaku usaha. Undang-undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan, Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang

⁶²Agus Arijanto, *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis*, h.114.

Label dan Iklan Pangan, Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2004 tentang Jaminan, Mutu, dan Gizi Pangan, serta keputusan-keputusan lainnya.

Selain konsumen, subyek hukum yang terlibat dalam perlindungan konsumen adalah pelaku usaha. Salah satu bagian penting dalam perlindungan konsumen adalah masalah perbuatan yang dilarang oleh pelaku usaha. Aturan mengenai segala perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha kalau dilihat dari sudut bahasa adalah sesuatu yang dilakukan atau suatu tindakan yang diperintahkan supaya tidak dilakukan.

Pelaku usaha khususnya produsen di Kecamatan Balusu masih belum memperhatikan atau menerapkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, terbukti masih banyak produk makanan kemasan yang diproduksi tanpa tanggal kedaluwarsa yang dipasarkan dan diperjual belikan. Hal ini sangat berpengaruh pada konsumen karena tanggal kedaluwarsa sangat penting pada produk makanan untuk mengetahui makanan itu masih layak atau tidak untuk dikonsumsi.

Berkaitan dengan produk makanan kemasan yang diproduksi secara mandiri oleh industri rumah tangga, izin peredaran produk tersebut harus memenuhi peraturan pangan industri rumah tangga yang berlaku. Kebanyak produk makanan kemasan industri rumah tangga yang diperjual belikan di pasar tradisional dan warung-warung kecil tidak mencantumkan tanggal kedaluwarsa bahkan tidak memiliki izin edar. Hal tersebut merupakan pelanggaran terhadap peraturan perundang-undangan, karena pada hakikatnya suatu industri rumah tangga harus memiliki izin usaha dengan adanya sertifikat usaha sehingga produknya masuk dalam daftar Badan Pengawas Obat dan Makanan, serta Dinas Kesehatan. Selain itu, pada kemasan tidak

mencantumkan label produk sehingga hal tersebut merugikan konsumen penikmat produk tersebut.

Tanggal kedaluwarsa merupakan informasi dari produsen kepada konsumen, yang menyatakan batas/tenggang waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik dan paling aman dari produk makanan atau minuman kemasan. Artinya produk tersebut memiliki “mutu yang paling prima” hanya sampai batas waktu tersebut. Produsenlah yang menentukan masa tenggang kedaluwarsanya dikarenakan pihak produsenlah yang mengetahui lebih lanjut mengenai produk yang diproduksi.

Pengaturan mengenai tanggal kedaluwarsa pada makanan kemasan cukup banyak ditemukan, diantaranya pada Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 secara eksplisit pada pasal 28 D dinyatakan bahwa setiap orang berhak atas jaminan, perlindungan, serta kepastian hukum. Dalam kaitannya dengan perlindungan konsumen terlihat jelas bahwa konsumen memiliki hak atas terjaminnya barang atau jasa yang akan dipakainya, perlindungan terhadap dirinya dari barang atau jasa tersebut, serta kepastian hukum dalam upaya yang ditempuh apabila terjadi kerugian akibat barang atau jasa tersebut di kemudian hari.

Selanjutnya, dalam Pasal 8 ayat (1) huruf g Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pada bagian perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha dinyatakan jelas bahwa pelaku usaha dilarang untuk tidak mencantumkan tanggal kedaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/ pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu.

Pasal 4 huruf a secara eksplisit disebutkan bahwa konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi suatu barang yang dikaitkan apabila suatu makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa dapat

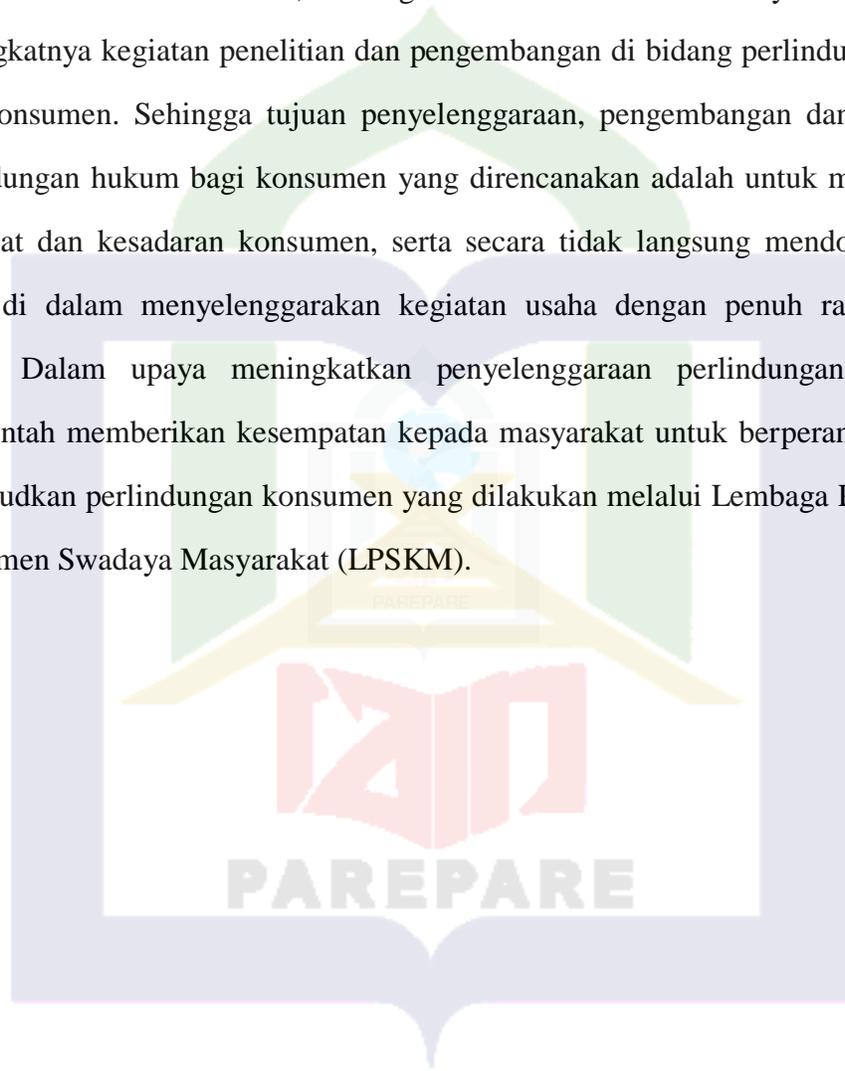
membahayakan kesehatan konsumen dan pada Pasal 4 huruf c secara eksplisit juga disebutkan bahwa konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang yang dikaitkan dengan pencantuman tanggal kedaluwarsa sebagai informasi dari kondisi terbaik suatu makanan kemasan.

Perlindungan konsumen dalam era globalisasi menjadi sangat penting, karena konsumen disamping mempunyai hak-hak yang bersifat universal, juga mempunyai hak yang sangat bersifat spesifik. Dengan demikian peraturan perundang-undangan tentang perlindungan konsumen harus memuat nilai-nilai yang universal dan nilai-nilai yang spesifik sesuai dengan nilai-nilai yang tumbuh dalam masyarakat dan nilai-nilai dalam Islam.

Pentingnya suatu negara mengatur perlindungan hukum terhadap konsumen, umumnya didasarkan pada pertimbangan aktualitas dan urgensinya. Dalam perlindungan bagi konsumen perlu ditegakkan pada suatu pemerintahan berdasarkan rumusan situasi yang sedang dan akan berkembang terhadap nasib masyarakat konsumen. Pertimbangan ini biasanya ditempuh dengan memperhatikan tingkat pembangunan negara, pertumbuhan industri, teknologi, filosofi dan kebijakan pembangunan.

Apabila dikaji dari pasal demi pasal dalam undang-undang perlindungan konsumen, tampaknya banyak ketentuan yang sesuai dengan nilai-nilai bisnis Islam walaupun dengan redaksi yang berbeda tetapi substansi dan tujuannya sama, yaitu ; untuk melindungi konsumen, jujur dalam takaran atau timbangan, beri'tikad baik dalam usaha, menjual barang yang baik kualitasnya, larangan menyembunyikan barang yang cacat, larangan bermain-main sumpah dan larangan persaingan tidak sehat.

Untuk mewujudkan tujuan perlindungan hukum bagi konsumen, negara bertanggung jawab atas pembinaan dan penyelenggaraan perlindungan bagi konsumen dilakukan dengan menciptakan iklim usaha, hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen, meningkatkan kualitas sumber daya manusia, serta meningkatnya kegiatan penelitian dan pengembangan di bidang perlindungan hukum bagi konsumen. Sehingga tujuan penyelenggaraan, pengembangan dan pengaturan perlindungan hukum bagi konsumen yang direncanakan adalah untuk meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen, serta secara tidak langsung mendorong pelaku usaha di dalam menyelenggarakan kegiatan usaha dengan penuh rasa tanggung jawab. Dalam upaya meningkatkan penyelenggaraan perlindungan konsumen, pemerintah memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk berperan aktif dalam mewujudkan perlindungan konsumen yang dilakukan melalui Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPSKM).



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Tanggal kedaluwarsa merupakan informasi dari produsen kepada konsumen, yang menyatakan batas/tenggang waktu penggunaan atau pemanfaatan yang paling baik dan paling aman dari produk makanan atau minuman kemasan. Dari hasil penelitian yang diperoleh oleh peneliti di salah satu industri rumah tangga terhadap produk makanan kemasan yang diproduksi tidak mencantumkan tanggal kedaluwarsa dapat disimpulkan:

- 5.1.1 Dampak yang ditimbulkan produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa dapat bersifat seketika tetapi ada pula yang terlihat dan terasa setelah beberapa waktu. Orang yang megomsumsi bisa saja keracunan, kalangan yang banyak menjadi korban adalah masyarakat bawah. Pada umumnya mereka tidak mempunyai pilihan lain karena hanya mampu memperoleh barang atau jasa yang dihasilkan dari standar yang tidak memenuhi syarat.
- 5.1.2 Konsep ekonomi dan perdagangan dalam Islam harus dilandasi dengan nilai-nilai dan etika yang menjunjung tinggi kejujuran dan keadilan bisnis. Seluruh ajaran Islam yang terkait dengan perdagangan dan perekonomian beorientasi pada perlindungan hak-hak pelaku usaha atau produsen dan konsumen, karena Islam menghendaki adanya unsur keadilan, kejujuran dan transparansi yang dilandasi dengan nilai keimanan dalam praktik perdagangan dan peralihan hak.
- 5.1.3 Untuk mengatur dan melindungi konsumen terhadap kejahatan bisnis seperti penipuan, iklan produk yang menyesatkan dan agar konsumen dapat dilayani

dengan baik, maka dibuatlah undang-undang tentang perlindungan konsumen, yaitu Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen “perlindungan konsumen adalah segala upaya menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”. Selain itu produsen juga harus memberikan informasi yang akurat mengenai produk yang diproduksinya kepada konsumen.

5.2 Saran

5.2.1 Bagi Produsen

Produsen makanan kemasan untuk segera memberikan label pada produk makanan kemasannya, mencantumkan tanggal kadaluwarsa pada produknya, serta menginformasikan kepada konsumen apabila terdapat kecacatan pada produk sehingga tidak membahayakan konsumen untuk mengonsumsi produk tersebut.

5.2.2 Bagi Konsumen

5.2.1.1 Konsumen makanan kemasan Kecamatan Balusu agar lebih memahami tentang perlindungan konsumen.

5.2.1.2 Konsumen makanan ringan agar lebih selektif untuk memilih produk yang ingin dikonsumsi sehingga tidak lagi menomor duakan kesehatan.

5.2.3 Bagi BPOM dan Lembaga-Lembaga terkait

Bagi BPOM dan Lembaga-Lembaga terkait untuk lebih meningkatkan pengawasan kembali terhadap makanan-makanan yang beredar di pasaran khususnya makanan ringan industri rumah tangga (*home industry*).

DAFTAR PUSTAKA

1. Sumber Buku

- Departemen Agama RI. 2011. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Semarang: Raja Publishing.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2002. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Abdullah, Tamrin. Tantri, Francis. 2016. *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Alhafidz, Ahsin W. 2010. *Fikih Kesehatan*. Jakarta: Amzah.
- Arijanto, Agus. 2011. *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Asnawi, Nur. Mansyhuri. 2009. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN Malang.
- Basrowi. Suwandi. 2008. *Penelitian kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan. 2012. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Djakfar, Muhammad. 2012. *Etika Bisnis*. Jakarta: Penebar Plus Imprint dari Penebar Swadaya.
- Enggel, James F. 2004. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ismail Yusanto, Muhammad. Widjajakusuma, Muhammad Karebet. 2002. *Menggagas Bisnis Islam*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Issa Beekum, Rafiq. 2004. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- K. Bertens. 2000. *Pengantar Etika Bisnis*. Yogyakarta: Kanisius.
- Keraf, Sonny. 1998. *Etika Bisnis*. Yogyakarta: Kanisius.
- Kolter, Philip. Lane Keller, Kevin. 2008. *Manajemen Pemasaran jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Miru, Ahmadi. 2011. *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*. Jakarta Rajawali Pers.

- Miru, Ahmadi. Yodo, Sutarman. 2004. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Muhammad. 2004. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- O.P Simorangkir. 2003. *Etika Bisnis, Jabatan dan Perbankan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Qardhawi, Yusuf. *Daurul Qiyam wal Akhlaq fil Iqtishadil Islami*, diterjemahkan oleh Zainal Arifin dan Dahlia Husin, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. 1997. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Rivai, Veithzal. et.al.eds. 2012. *Islamic Business and Economic Ethics*, (Jakarta: Bumi Aksara.
- Saliman, Abdul R. et.al.eds. 2007. *Hukum Bisnis Untuk Perusahaan Teori & Contoh Kasus*. Jakarta: Kencana.
- Subandi, Bambang. 2000. *Bisnis Sebagai Strategi Islam*. Surabaya: Paramedia.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D Cetakan 5*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D Cetakan 14*. Bandung: Alfabeta.
- Tobing, Rusdiyanti Dorotea. 2015. *Aspek-Aspek Hukum Bisnis*. Surabaya: Laks Bang Justika.
- Velasques, Manuel G. 2005. *Etika Bisnis Konsep dan Kasus*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

2. Sumber Internet

- Ledy Humas, “Pelaksanaan Pengawasan Barang/jasa Kabupaten Barru”. <http://barrukab.go.id/berita/pelaksanaan-pengawasan-barang-jasa-kabupataen-barru/?kategori=sosial>. Akses 16 April 2018.

3. Sumber Skripsi

Eggy Bintang Pratama, Gede. Sudjana, Ketut. 2016. *Perlindungan Konsumen Terhadap Makanan Kemasan Tanpa Tanggal Kadaluarsa*. Bandung: Universitas Udayana.

Mayasari, Risa. 2017. *Produk Home Industry Tanpa Tanggal Kadaluarsa Implikasinya Terhadap Pelaku Ekonomi dan perlindungan Konsumen*. Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan.

Minanda, Mey. 2016. *Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Pangan Industri Rumah Tangga Tanpa Tanggal Kadaluarsa Berdasarkan Hukum Islam dan Hukum Positif*. Yogyakarta: Universitas Sunan Kalijaga.





LAMPIRAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE

Alamat : Jl. Amal Bakti No. 8 Sorong Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404
Po Box : 909 Parepare 91100 Website : www.iainparepare.ac.id Email: info.iainparepare.ac.id

Nomor : B 260 /It.39/PP.00.9/05/2018
Lampiran : -
Hal : Izin Melaksanakan Penelitian

Kepada Yth.
Kepala Daerah KAB. BARRU
Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
di
KAB. BARRU

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE :

Nama : SALMAWATI
Tempat/Tgl. Lahir : TOMPO, 22 September 1996
NIM : 14.2200.053
Jurusan / Program Studi : Syari'ah dan Ekonomi Islam / Muamalah
Semester : VIII (Delapan)
Alamat : DESA TOMPO, BARRU

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah KAB. BARRU dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

"NO EXPIRED DATE DALAM PRODUK MAKANAN KEMASAN BERDASARKAN PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi di Kecamatan Balusu Kabupaten Barru"

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan Mei sampai selesai.

Sehubungan dengan hal tersebut diharapkan kiranya yang bersangkutan diberi izin dan dukungan seperlunya.

Terima kasih,

17 Mei 2018

A.n. Rektor

Plt. Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga (APL)



Muh. Djunaidi



PEMERINTAH KABUPATEN BARRU
DINAS PENANAMAN MODAL, PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
DAN TENAGA KERJA

Jl. Sultan Hasanuddin No. 42 Telepon (0427) 21662 , Fax (0427) 21410 Kode Pos 90711

Barru, 23 Mei 2018

Nomor : 0293/18/BR/V/2018/DPMPTSPTK
Lampiran : -
Perihal : Izin/Rekomendasi Penelitian.

Kepada
Yth. Camat Balusu Kab. Barru
di -
Tempat

Berdasarkan Surat Kementerian Agama Republik Indonesia Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pare-Pare Nomor : B260/In.39/PP.00.9/05/2018 tanggal 17 Mei 2018 perihal tersebut di atas, maka / Mahasiswa / Peneliti / Dosen / Pegawai di bawah ini :

N a m a : SALMAWATI
Nomor Pokok : 14.2200.053
Program Study : Muamalah
Pekerjaan : Mahasiswa (S1)
A l a m a t : Tompo, Desa Tompo Kec. Barru Kab. Barru

Diberikan izin untuk melakukan Penelitian/Pengambilan Data di Wilayah/Kantor Saudara yang berlangsung mulai tanggal **23 Mei 2018 s/d 23 Juni 2018**, dalam rangka Penyusunan Skrripsi, dengan judul :

NO EXPIRED DATE DALAM PRODUK MAKANAN KEMASAN BERDASARKAN
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi di Kecamatan Balusu Kabupaten Barru)

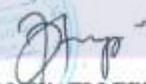
Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami menyetujui kegiatan dimaksud dengan ketentuan :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan, kepada yang bersangkutan melapor kepada Kepala SKPD (Unit Kerja) / Camat, apabila kegiatan dilaksanakan di SKPD (Unit Kerja) / Kecamatan setempat;
2. Penelitian tidak menyimpang dari Izin yang diberikan;
3. Mentaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku dan mengindahkan adat istiadat setempat;
4. Menyerahkan 1 (satu) eksemplar copy hasil penelitian kepada Bupati Barru Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal, Pelayanan Terpadu Satu Pintu Dan Tenaga Kerja Kabupaten Barru;
5. Surat Izin akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat izin ini tidak mentaati ketentuan tersebut diatas.

Untuk terlaksananya tugas penelitian tersebut dengan baik dan lancar, diminta kepada Saudara untuk memberikan bantuan fasilitasi seperlunya.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan dipergunakan seperlunya.

a.n. Kepala Dinas,
Kabid. Penyelenggaraan Pelayanan
Pertinisan,


FATMAWATI LEBU, SE
Pangkat : Pembina, IV/a
NIP. 19720910 199803 2 008

TEMBUSAN : disampaikan Kepada Yth.

1. Bupati Barru (Sebagai Laporan);
2. Kepala Bappeda Kab. Barru;
3. Plt. Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga (APL) IAIN Pare-Pare;
4. Mahasiswa yang bersangkutan;

**PEMERINTAH KABUPATEN BARRU
KECAMATAN BALUSU**

Jln. Jc. M. Yamus Takkalasi, Telp : 0427-2323957, Kode Pos 90752

SURAT KETERANGAN

Nomor : 00/135/Kec.Balusu

Yang bertanda tangan di bawah ini Pemerintah Kecamatan Balusu, Kabupaten Barru menerangkan bahwa :

N a m a : SALMAWATI
Nomor Pokok : 14.2200.053
Program Study : Muamalah
Pekerjaan : Mahasiswi (S1)
A l a m a t : Tompo, Desa Tompo Kec.Barru Kab.Barru

Benar telah mengadakan Penelitian di wilayah Kecamatan Balusu Kabupaten Barru dalam rangka penyusunan Skripsi dengan judul :

" NO EXPIRED DATE DALAM PRODUK MAKANAN KEMASAN BERDASARKAN PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (studi di Kecamatan Balusu Kabupaten Barru) ".

Demikian surat keterangan ini kami berikan untuk digunakan dan menjadi bahan seperlunya.

Takkalasi, 25 Juni 2018

Pt.Camat Balusu

MAKFUD, S.IP
Pangkat : Pembina
NIP.: 19881212 198811 1 002

Tembusan disampaikan kepada Yth :

1. Bupati Barru di Barru (sebagai laporan);
2. PIt. Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga (APL) IAIN Pare-Pare;
3. Mahasiswa yang bersangkutan;
4. Pertinggal.

Daftar Wawancara

1. Wawancara Terbuka

- a. Sudah berapa lama industri rumah tangga ini berdiri?
- b. Mengapa Bapak/Ibu memilih usaha produk makanan kemasan ini?
- c. Apa saja bahan dan alat dasar yang dibutuhkan untuk membuat produk makanan kemasan ini?
- d. Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk proses pembuatan produk makanan kemasan ini?
- e. Bagaimana cara pembuatan produk makanan kemasan ini?
- f. Dimana saja Bapak/Ibu menjual produk makanan kemasan ini?

2. Wawancara Terfokus

- a. Wawancara terfokus untuk pelaku usaha mengenai perlindungan konsumen terhadap produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa
 - 1) Apa pendapat Bapak/Ibu mengenai produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa?
 - 2) Apakah produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa layak untuk dikonsumsi untuk konsumen?
- b. Wawancara terfokus untuk konsumen mengenai dampak produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa
 - 1) Bagaimana menurut Bapak/Ibu mengenai produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa?
 - 2) Apakah produk makanan kemasan tersebut berpengaruh pada kesehatan ?

Observasi Protokol

Tanggal / Waktu	: 30 Mei 2018
Tempat	: Desa Madello, Kec. Balusu, Kab. Barru
Pengamatan	: Produsen dan Konsumen
Pengamat	: Salmawati
Kegiatan	: Mengamati Produk Makanan Kemasan Tanpa Tanggal Kedaluwarsa (Bolu Cukke)
<p>Catatan Deskriptif</p> <p>(Terperinci, catatan kronologis tentang kegiatan fisik)</p> <p>Ibu Salmiah adalah seorang ibu rumah tangga yang membangun sebuah industri rumah tangga bersama dengan keluarganya, beliau membuat produk makanan kemasan yaitu “Bolu Cukke” dengan modal pertama sebanyak Rp. 2.000.000. Adapun alasan ibu Salmiah memilih usaha “Bolu Cukke” karena banyak yang menyukai dan digemari oleh orang-orang dan bahan-bahannya mudah didapatkan dengan peralatan pembuatan yang sederhana dan manual.</p>	
<p>Catatan Reflektif</p> <p>(Catatan konkuren tentang reaksi pribadi pengamat, pengalaman)</p> <p>Hasil penelitian mengenai produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa pada industri rumah tangga milik Ibu Salmiah saya melihat bahwa produk makanan yang diproduksi oleh Ibu Salmiah tidak mencantumkan tanggal kedaluwarsa yang bisa saja membahayakan bagi konsumen yang mengomsumsi, apalagi jika mngomsumsi dalam jangka panjang. Maka dari itu untuk mengangkat harkat dan martabat konsumen serta menciptakan kemaslahatan, hal-hal yang membawa dampak negatif dari pemakaian barang dan/atau jasa harus dihindarkan dari aktivitas perdagangan pelaku usaha. Sebagai upaya menghindari akibat negatif pemakaian barang dan/atau jasa maka, pelaku usaha mempunyai tanggung jawab terhadap perbuatan yang dilakukannya.</p>	

Subjek Penelitian Berupa Data Pribadi

BIODATA PRODUSEN

Nama : Salmiah Ibrahim
Tempat / Tanggal lahir : Madello, 21 Maret 1970
Jenis kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Desa Madello, Kec. Balusu, Kab.Barru
Nomor Telpon : 085299987367
Kegiatan Usaha : Bolu Cukke
Sarana Usaha Yang Digunakan: Peralatan Manual (Oven, Kompor dan Cetakan)
Jumlah Modal Usaha : Rp. 2.000.000

Jurnal Pengumpulan Data

Hari / Tanggal	Kegiatan	Jadwal Acara	Hasil
Rabu 23 Mei 2018	Mengantar surat izin penelitian dari IAIN Parepare ke Dinas Penanaman Modal, Pelayanan Terpadu Satu Pintu	Bertemu dengan Staf Dinas Penanaman Modal, Pelayanan Terpadu Satu Pintu	Memperoleh Surat Izin/Rekomendasi Penelitian
Kamis 24 Mei 2018	Mengantar surat izin penelitian dari Dinas Penanaman Modal, Pelayanan Terpadu Satu Pintu ke Bapeda	Bertemu dengan Staf Bapeda	Memperoleh Izin
Jumat 25 Mei 2018	Mengantar surat izin penelitian dari Dinas Penanaman Modal, Pelayanan Terpadu Satu Pintu ke Kantor Camat Balusu	Bertemu dengan Staf Kantor Camat Balusu	Memperoleh Izin

Minggu 27 Mei 2018	Observasi Pertama pada Industri Rumah Tangga	Bertemu dengan Masyarakat disekitar Industri Rumah Tangga	Memperoleh Informasi dari Masyarakat
Senin 28 Mei 2018	Observasi Kedua Pada Industri Rumah Tangga	Bertemu dengan Produsen Industri Rumah Tangga	Memperoleh Informasi
Rabu 30 Mei 2018	Wawancara dengan pemilik Industri Rumah Tangga “Bolu Cukke Barru”	Bertemu dengan Pemilik Industri Rumah Tangga “Bolu Cukke Barru”	Memperoleh Informasi
Jumat 1 Juni 2018	Wawancara dengan Konsumen	Bertemu dengan Konsumen	Memperoleh Informasi
Minggu 3 Juni 2018	Wawancara dengan Konsumen	Bertemu dengan Konsumen	Memperoleh Informasi
Selasa 5 Juni 2018	Mengantar surat izin penelitian dari Dinas Penanaman Modal, Pelayanan Terpadu Satu Pintu ke IAIN	Bertemu dengan Staf IAIN Parerpare	Memperoleh Izin

	Parepare		
Jumat 8 Juni 2018	Wawancara dengan Konsumen	Bertemu dengan Konsumen	Memperoleh Informasi
Selasa 12 Juni 2018	Wawancara dengan Konsumen	Bertemu dengan Konsumen	Memperoleh Informasi
Rabu 13 Juni 2018	Wawancara dengan Konsumen	Bertemu dengan Konsumen	Memperoleh Informasi
Minggu 19 Juni 2018	Wawancara dengan Konsumen	Bertemu dengan Konsumen	Memperoleh Informasi
Rabu 20 Juni 2018	Wawancara dengan Konsumen	Bertemu dengan Konsumen	Memperoleh Informasi
Senin 25 Juni 2018	Mengambil surat Selesai penelitian di Kantor Camat Balusu	Bertemu dengan Staf Kantor Camat	Memperoleh Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian
Selasa 26 Juni 2018	Mengantar Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian ke Kantor Bupati	Bertemu dengan Staf Kantor Bupati	Tembusan

Subjek Wawancara Pertama

Hari/Tanggal : Rabu, 30 Mei 2018
Waktu : 14.00-14.20
Tempat : Industri Rumah Tangga Bolu Cukke
Topik : Wawancara Untuk Subjek Penelitian Pertama

Peneliti (S)

Subjek Penelitian (SMI)

S : Sudah berapa lama industri rumah tangga ini berdiri?

SMI : Industri rumah tangga ini berdiri tanggal 28 oktober 2018.

S : Mengapa ibu memilih usaha produk makanan kemasan ini?

SMI : Alasan saya karena masyarakat disini sangat menyukai bolu cukke kemudian bahannya mudah didapatkan dan proses pembuatannya sangat mudah.

S : Apa saja bahan dan alat dasar yang dibutuhkan untuk membuat produk makanan kemasan ini?

SMI : Bahannya tepung terigu, gula merah, telur, potas, prambosen.

S : Berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk proses pembuatan produk makanan kemasan ini?

SMI : Kalau waktunya sangat sebentar hanya 30 menit.

S : Bagaimana cara pembuatan produk makanan kemasan ini?

SMI : Cara pembuatannya sangat mudah cukup mencampur bahan yang ada

kemudian dimasukkan dalam cetakan dan dipanggang dalam oven.

S Dimana saja ibu menjual produk makanan kemasan ini?

SMI Produk ini sudah sampai diluar provinsi dan negara yaitu Kalimantan, Malaysia, bahkan di Arab Saudi. Produk ini juga dibawa ke warung-warung terdekat.

S Apa pendapat ibu mengenai produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa?

SMI Menurut saya produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa sangat mengkhawatirkan untuk konsumen, karena bisa saja makanan tersebut sudah tidak layak untuk dikonsumsi.

S Apakah produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa layak untuk dikonsumsi untuk konsumen?

SMI Kalau menurut saya layak, selagi makanan tersebut masih kelihatan bagus dan belum berubah rasa dan warna.

PAREPARE

Subjek Wawancara Kedua

Hari/Tanggal : Jumat, 1 Juni 2018
Waktu : 09.00-09.10
Tempat : Industri Rumah Tangga Bolu Cukke
Topik : Wawancara Untuk Subjek Penelitian Kedua

Peneliti (S)

Subjek Penelitian (ANT)

S : Ibu, bisa wawancara mengenai produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa?

ANT : Iya, bisa.

S : Bagaimana menurut ibu mengenai produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa?

ANT : Menurut saya produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa tidak boleh dipasarkan karena tidak diketahui apakah masih layak dimakan atau tidak.

S : Apakah produk makanan kemasan tersebut berpengaruh pada kesehatan ?

ANT : Produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa bisa saja menimbulkan penyakit apabila mengonsumsi dalam jangka waktu yang panjang

Subjek Wawancara Ketiga

Hari/Tanggal : Minggu, 3 Juni 2018
Waktu : 10.29-10.40
Tempat : Industri Rumah Tangga Bolu Cukke
Topik : Wawancara Untuk Subjek Penelitian Ketiga

Peneliti (S)

Subjek Penelitian (AI)

S : Bapak, bisa wawancara mengenai produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa?

AI : Iya, bisa.

S : Bagaimana menurut bapak mengenai produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa?

AI : Produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa bisa saja dikonsumsi apabila masih dalam keadaan baik tidak berubah rasa dan warna.

S : Apakah produk makanan kemasan tersebut berpengaruh pada kesehatan ?

AI : Iya sangat berpengaruh, apabila sudah berubah rasa dan warna sebaiknya makanan tersebut tidak dijual atau dipasarkan lagi, karena bisa saja menimbulkan penyakit bahkan keracunan.

Subjek Wawancara Keempat

Hari/Tanggal : Jumat, 8 Juni 2018
Waktu : 09.14-09.25
Tempat : Industri Rumah Tangga Bolu Cukke
Topik : Wawancara Untuk Subjek Penelitian Keempat

Peneliti (S)

Subjek Penelitian (MSN)

S : Ibu, bisa wawancara mengenai produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa?

MSN : Iya, bisa.

S : Bagaimana menurut Ibu mengenai produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa?

MSN : Produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa sebenarnya tidak layak untuk dijual atau dipasarkan, karena makanan tersebut tidak diketahui apakah masih layak untuk dikonsumsi atau tidak.

S : Apakah produk makanan kemasan tersebut berpengaruh pada kesehatan ?

MSN : Iya, karena bisa saja menimbulkan penyakit apabila makanan tersebut sudah tidak layak untuk dikonsumsi.

Subjek Wawancara Kelima

Hari/Tanggal : Selasa, 12 Juni 2018
Waktu : 10.30-10.38
Tempat : Industri Rumah Tangga Bolu Cukke
Topik : Wawancara Untuk Subjek Penelitian Kelima

Peneliti (S)

Subjek Penelitian (MRN)

S : Ibu, bisa wawancara mengenai produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa?

MRN : Iya, bisa.

S : Bagaimana menurut Ibu mengenai produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa?

MRN : Produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa sangat meresahkan masyarakat, karena apabila makanannya sudah kedaluwarsa tapi masih dijual kepada konsumen bisa berdampak negatif dan bisa menimbulkan keracunan.

S : Apakah produk makanan kemasan tersebut berpengaruh pada kesehatan ?

MRN : Iya, bisa saja yang mengomsumsinya keracunan.

Subjek Wawancara Keenam

Hari/Tanggal : Rabu, 13 Juni 2018
Waktu : 09.20-09.29
Tempat : Industri Rumah Tangga Bolu Cukke
Topik : Wawancara Untuk Subjek Penelitian Keenam

Peneliti (S)

Subjek Penelitian (KMW)

S : Ibu, bisa wawancara mengenai produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa?

KMW : Iya, bisa.

S : Bagaimana menurut Ibu mengenai produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa?

KMW : Produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa tidak bisa dikonsumsi dalam jangka waktu panjang dan seharusnya produsen sadar akan tanggung jawabnya untuk memberikan tanggal kedaluwarsa bagi produk yang diproduksinya sebagai informasi kepada konsumen.

S : Apakah produk makanan kemasan tersebut berpengaruh pada kesehatan ?

KMW : Iya, apabila makanan tersebut sudah tidak layak untuk dikonsumsi.

Subjek Wawancara Ketujuh

Hari/Tanggal : Minggu, 19 Juni 2018
Waktu : 11.05-11.11
Tempat : Industri Rumah Tangga Bolu Cukke
Topik : Wawancara Untuk Subjek Penelitian Ketujuh

Peneliti (S)

Subjek Penelitian (KRN)

S : Ibu, bisa wawancara mengenai produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa?

KRN : Iya, bisa.

S : Bagaimana menurut Ibu mengenai produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa?

KRN : Produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa membuat konsumen sering terkecoh, karena masa tahan lama pada makanan ini tidak lama hanya seminggu sampai sepuluh hari saja ia dapat bertahan dan layak untuk dikonsumsi.

S : Apakah produk makanan kemasan tersebut berpengaruh pada kesehatan ?

KRN : Iya, bisa saja menimbulkan keracunan.

Subjek Wawancara Kedelapan

Hari/Tanggal : Rabu, 20 Juni 2018
Waktu : 09.15-09.25
Tempat : Industri Rumah Tangga Bolu Cukke
Topik : Wawancara Untuk Subjek Penelitian Kedelapan

Peneliti (S)

Subjek Penelitian (AGS)

S : Ibu, bisa wawancara mengenai produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa?

AGS : Iya, bisa.

S : Bagaimana menurut Ibu mengenai produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa?

AGS : Produk makanan kemasan tanpa tanggal kedaluwarsa sangat meresahkan masyarakat karena bisa saja berpengaruh pada kesehatan. Maka dari itu sebagai konsumen harus pintar dan jeli dalam membeli makanan, karena bisa saja makanan yang dibeli sebenarnya sudah kedaluwarsa atau sudah tidak layak untuk dikonsumsi.

S : Apakah produk makanan kemasan tersebut berpengaruh pada kesehatan ?

AGS : Iya, sangat berpengaruh pada kesehatan.

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Salmiah Ibrahim

Umur : 48 Tahun

Jenis Kelamin : Perempuan

Pekerjaan : Pemilik industri Rumah Tangga

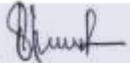
Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara Salmawati yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan "*No Expired Date dalam Produk Makanan Kemasan Berdasarkan Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi di Kecamatan Balusu Kabupaten Barru)*".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan semestinya.

Barru, 30 Mei 2018

Yang bersangkutan

PAREPARE


(.....)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : *Anti*
Umur : *41 Tahun*
Jenis Kelamin : *Perempuan*
Pekerjaan : *URT*

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Salmawati yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan "*No Expired Date dalam Produk Makanan Kemasan Berdasarkan Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi di Kecamatan Balusu Kabupaten Barru)*".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan semestinya.

Barru, *↓* Juni 2018

Yang bersangkutan

PAREPARE

Am
(.....)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ahmad Idris S. Ag
Umur : 41 Tahun
Jenis Kelamin : laki-laki
Pekerjaan : Guru

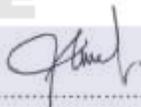
Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara Salmawati yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan "*No Expired Date dalam Produk Makanan Kemasan Berdasarkan Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi di Kecamatan Balusu Kabupaten Barru)*".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan semestinya.

Barru, 3 Juni 2018

Yang bersangkutan

PAREPARE


(.....)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Masna
Umur : 56 Tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : URT

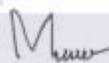
Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Salmawati yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan "*No Expired Date* dalam Produk Makanan Kemasan Berdasarkan Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi di Kecamatan Balusu Kabupaten Barru)".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan semestinya.

Barru, 8 Juni 2018

Yang bersangkutan

PAREPARE


(.....)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mariana
Umur : 19 Tahun
Jenis Kelamin : perempuan
Pekerjaan : Mahasiswa

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Salmawati yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan "*No Expiry Date* dalam Produk Makanan Kemasan Berdasarkan Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi di Kecamatan Balusu Kabupaten Barru)".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan semestinya.

Barru, 12 Juni 2018

Yang bersangkutan



(.....)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Kasmawati
Umur : 50 Tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : URT

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Salmawati yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan "*No Expired Date dalam Produk Makanan Kemasan Berdasarkan Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi di Kecamatan Balusu Kabupaten Barru)*".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan semestinya.

Barru, 15 Juni 2018

Yang bersangkutan



(.....)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Kurnia
Umur : 58 Tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : URT

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Salmawati yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan "*No Expired Date dalam Produk Makanan Kemasan Berdasarkan Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi di Kecamatan Balusu Kabupaten Barru)*".

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan semestinya.

Barru, 19 Juni 2018

Yang bersangkutan

PAREPARE

(*Kurnia*)

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Agustina
Umur : 38 Tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : URT

Menerangkan bahwa telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari Salmawati yang sedang melakukan penelitian yang berkaitan dengan **"No Expired Date dalam Produk Makanan Kemasan Berdasarkan Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi di Kecamatan Balusu Kabupaten Barru)"**.

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk digunakan semestinya.

Barru, 20 Juni 2018

Yang bersangkutan

PAREPARE

(*Agustina*)
(.....)

DOKUMENTASI



Gambar 4. Industri Rumah Tangga



Gambar 5. Produk Makanan Kemasan



Gambar 6. Bolu Cukke



Gambar 7. Kemasan Bolu Cukke



Gambar 8. Produsen



Gambar 9. Pengemasan Bolu Cukke



Gambar 10. Konsumen



Gambar 11. Konsumen



Gambar 12. Konsumen



Gambar 13. Konsumen



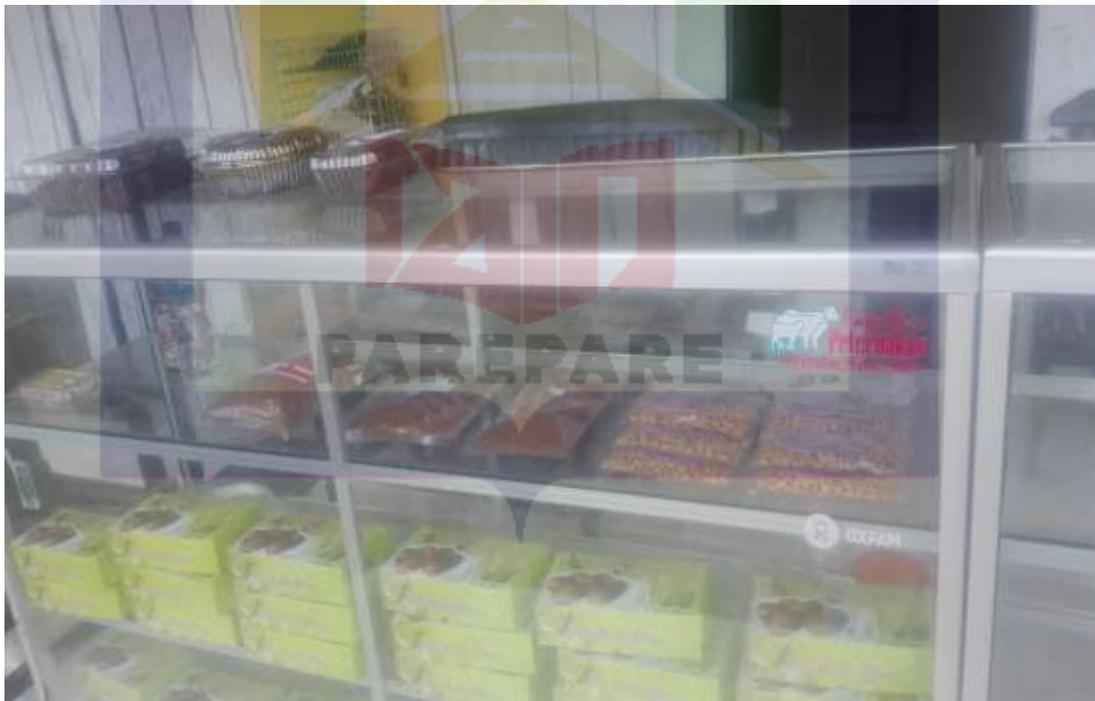
Gambar 14. Konsumen



Gambar 15. Konsumen



Gambar 16. Konsumen



Gambar 17. Produk Makanan Kemasan

RIWAYAT HIDUP PENULIS



Salmawati, lahir di Desa Tompo, Kabupaten Barru, Sulawesi Selatan, pada tanggal 22 September 1996. Merupakan anak keempat (4) dari 4 bersaudara. Anak dari pasangan Madeaming dan Mas'ati. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Islam. Penulis beralamat di Desa Tompo Kecamatan Barru Kabupaten Barru, Provinsi Sulawesi Selatan.

Adapun riwayat pendidikan penulis, yaitu pada tahun 2008 lulus dari SD Inpres No.34 Tompo, pada tahun 2011 lulus dari SMP Negeri 3 Barru dan melanjutkan sekolah di SMK Negeri 1 Barru dengan jurusan Administrasi Perkantoran. Setelah itu melanjutkan kuliah di STAIN Parepre dan sekarang telah beralih status menjadi IAIN Parepare Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (*Muamalah*). Kemudian dalam proses menyelesaikan studi penulis mengangkat skripsi yang berjudul “*No Expired Date* dalam Produk Makanan Kemasan Berdasarkan Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi di Kecamatan Balusu Kabupaten Barru)”