

TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA DALAM SISTEM

TRANSAKSI *QUICK COMMERCE MODERN*

(Studi di *Platform* akun *Instagram* *mlijo.malang*)

SKRIPSI

Oleh :

LIN LIE BINTAN ILLA

NIM 19220055



PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM

MALANG

2023

TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA DALAM SISTEM

TRANSAKSI *QUICK COMMERCE MODERN*

(Studi di *Platform* akun *Instagram* *mlijo.malang*)

SKRIPSI

Oleh :

LIN LIE BINTAN ILLA

NIM 19220055



PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM

MALANG

2023

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Demi Allah,

Dengan kesadaran dan penuh tanggung jawab terhadap pengembangan keilmuan,

Penulis menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA DALAM
SISTEM TRANSAKSI *QUICK COMMERCE MODERN*
(Studi di *Platform* akun *Instagram* *mlijo.malang*)**

Benar-benar merupakan karya ilmiah yang disusun sendiri berdasarkan kaidah penulisan karya ilmiah yang dapat dipertanggungjawabkan. Jika kemudian hari laporan skripsi ini merupakan hasil plagiasi karya orang lain, baik sebagian maupun keseluruhan, maka skripsi sebagai prasyarat untuk predikat gelar sarjana dinyatakan batal demi hukum.

Malang, 28 Juli 2023

Penulis,



Lin Lie Bintan Illa
NIM 19220055

HALAMAN PERSETUJUAN

Setelah membaca dan mengoreksi skripsi saudara Lin Lie Bintang Illa NIM :
19220055 Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas
Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul:

TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA DALAM
SISTEM TRANSAKSI *QUICK COMMERCE MODERN*
(Studi di *Platform* akun *Instagram* *mlijo.malang*)

Maka pembimbing menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi
syarat-syarat ilmiah untuk diajukan dan diuji Majelis Dewan Penguji.

Malang, 28 Juli 2023
Mengetahui,

Ketua Program Studi
Hukum Ekonomi Syariah



Dr. Fakhruddin, M.H.I.
NIP. 197408192000031002

Dosen Pembimbing



Dr. Khoirul Hidayah, M.H.
NIP. 197805242009122003



KEMENTERIAN AGAMA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS SYARIAH
Jl. Gajayana 50 Malang Telp. (0351) 551354 Fax. (0341) 572533

BUKTI KONSULTASI

Nama : Lin Lie Bintan Illa
NIM/Prodi : 19220055 / Hukum Ekonomi Syariah
Dosen Pembimbing : Dr. Khoirul Hidayah, M.H.
Judul Skripsi : Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Sistem
Transaksi *Quick Commerce Modern*
(Studi di Platform akun Instagram mlijo.malang)

No	Hari / Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf
1	Senin, 1 Mei 2023	Konsultasi Proposal	
2	Rabu, 3 Mei 2023	Revisi Proposal	
3	Kamis, 4 Mei 2023	ACC Proposal Skripsi	
4	Selasa, 6 Juni 2023	Revisi Seminar Proposal	
5	Senin, 26 Juni 2023	Konsultasi Bab I dan II	
6	Senin, 10 Juli 2023	Revisi Bab I dan II	
7	Senin, 17 Juli 2023	Konsultasi Bab III, IV dan V	
8	Senin, 24 Juli 2023	Revisi Bab III dan IV	
9	Kamis, 27 Juli 2023	Revisi Bab V	
10	Jum'at, 28 Juli 2023	Acc Skripsi	

Malang, 28 Juli 2023
Mengetahui,
Ketua Program Studi
Hukum Ekonomi Syariah

Dr. Fakhruddin, M, HI
NIP. 1974081920000310

HALAMAN PENGESAHAN

Dewan Penguji Skripsi Saudari Lin Lie Bintan Illa NIM:19220055
Mahasiswa Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas
Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul :

TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA DALAM SISTEM

TRANSAKSI *QUICK COMMERCE MODERN*

(Studi di *Platform* akun Instagram *mlijo.malang*)

Telah dinyatakan lulus dalam sidang ujian skripsi yang dilaksanakan pada
tanggal : Jum'at, 18 Agustus 2023

Dewan Penguji:

1. Kurniasih Bahagiati, M.H.

NIP. 198710192019032011


(_____)

Ketua Penguji

2. Dr. Khoirul Hidayah, M.H.

NIP. 197805242009122003


(_____)

Anggota Penguji

3. Dr. Suwandi, M.H.

NIP. 196104152000031001


(_____)

Anggota Penguji

Malang, 7 September 2023
Dekan

Prof. Dr. Sudirman, M.A
NIP. 197708222005011003



MOTTO

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا

“Dan janganlah kamu mengikuti apa yang kamu tidak mempunyai pengetahuan tentangnya. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan dan hati, semuanya itu akan diminta pertanggungjawabannya”.

(Al-Isra : 36)

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah Swt yang telah memberikan nikmat serta hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul : **“TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA DALAM SISTEM TRANSAKSI *QUICK COMMERCE MODERN* ”(Studi kasus di *Platform akun Instagram mlijo.malang*)** yang dapat diselesaikan dengan baik sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Shalawat serta salam kita panjatkan kepada junjungan kita nabi agung Muhammad Saw yang menjadi suri tauladan bagi kita semua dan membawa kita dari jaman jahiliyyah menuju ke jaman yang terang benderang ini yang kita nantikan syafaatnya diyaumul akhir nanti. Aamiin.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya dukungan, maka penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada pihak-pihak terkait yang telah membantu, membimbing dan mendukung penulis dalam menjalani proses penyusunan skripsi hingga akhirnya dapat terselesaikan. Dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. H. M. Zainuddin, M.A., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. Sudirman, M.A., selaku Dekan Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

3. Dr. Fakhruddin, M.HI., selaku Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Dr. Noer Yasin, M.HI., selaku wali dosen perkuliahan penulis di Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
5. Dr. Khoirul Hidayah, M.H., selaku dosen pembimbing dalam penelitian ini di Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Terimakasih penulis sampaikan kepada beliau yang selalu membimbing penulis hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Dr. Suwandi, M.H. dan Kurniasih Bahagiati, M.H. selaku penguji dalam ujian skripsi penulis di Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
7. Segenap Bapak/Ibu Dosen Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah membimbing, mendidik, serta memberikan ilmu yang bermanfaat untuk bekal penulis dimasa depan.
8. Kepada mlijo.malang yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian ditempatnya dan kepada narasumber yang telah meluangkan waktu untuk memberikan informasinya kepada penulis.

9. Kedua orangtua penulis yaitu Bapak Ixsan dan Ibu Lestari yang telah memberikan doa dan dukungannya, kepada adinda Ruha Yahya Salsabila dan Ima Zidha Muzaimila yang telah memberikan doanya, kepada nenek Ibu Suparmi dan pak poh Bapak Widodo Supriyanto yang ikut andil sehingga penulis dapat menempuh pendidikan sampai S1, kepada om dan tante yaitu Bapak Basuki dan Ibu Reni Sudarwati yang banyak membantu urusan penulis dan kepada keluarga besar (bukpoh Ibu Umarti, om Bapak Pangat, tante Ibu Khusnul, Mas Faza, Malfin, Syifa, Alan, Vandana dan Cakra) yang selalu mendoakan dan keluarga yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.
10. Kepada saudara sepupu penulis Mas Muhammad Syafiul Anam yang selalu membantu serta menasehati penulis dan kepada teman penulis Fatma Zubaidah yang telah mendoakan dan memberi semangat.
11. Kepada teman terbaik saya Aulia Ryannisa Wiyanti yang telah mendoakan, menemani dan membantu penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
12. Kepada teman KKM Mawar, Khususnya Fanny Rodliyah Prasetya, Ighfirly Hariroh Annaziyah, Lailatur Rosida dan Nur Itsna Mufidatul Ummah yang telah memberikan doa, semangat dan menemani penulis dalam proses penyusunan skripsi.
13. Kepada teman-teman Hukum Ekonomi Syariah angkatan 2019 yang menjadi teman penulis selama menempuh pendidikan di Universitas

Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

14. Kepada pemilik NIK 35*****70***** yang semangat dan sabarnya selalu menjadi inspirasi penulis dalam menyelesaikan skripsi. Semoga selalu dalam keadaan sehat, bahagia dan dirahmati Allah Swt.

Penulis berharap semoga segala sesuatu yang didapatkan selama menempuh pendidikan di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dapat bermanfaat baik bagi penulis maupun orang sekitarnya. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, sehingga penulis mengharapkan kritik dan sarannya.

Malang, 23 Juli 2023
Penulis,



Lin Lie Bintan Illa
NIM 19220055

PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Umum

Transliterasi ialah pemindah alihan tulisan Arab kedalam tulisan Indonesia (Latin), bukan terjemahan bahasa Arab kedalam bahasa Indonesia. Termasuk dalam kategori ini ialah nama Arab dari bangsa Arab, sedangkan nama Arab dari bangsa selain Arab ditulis sebagaimana ejaan bahasa nasionalnya, atau sebagaimana yang tertulis dalam buku yang menjadi rujukan. Penulisan judul buku dalam *footnote* maupun daftar pustaka, tetap menggunakan ketentuan transliterasi ini. Banyak pilihan dan ketentuan transliterasi yang dapat digunakan dalam penulisan karya ilmiah, baik yang berstandar diinternasional, nasional maupun ketentuan yang khusus digunakan penerbit tertentu. Transliterasi yang digunakan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang menggunakan EYD plus, yaitu transliterasi yang didasarkan atas Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, tanggal 22 Januari 1988, No. 158/1987 dan 0543.b/U/1987, sebagaimana tertera dalam buku Pedoman Transliterasi Bahasa Arab (*A Guide Arabic Transliteration*), INIS Fellow 1992

B. Konsonan

ا = Tidak dilambangkan	ض = dl
------------------------	--------

ب = b	ط = th
ت = t	ظ = dh
ث = ts	ع = ‘(koma menghadap keatas)
ج = j	غ = gh
ح = h	ف = f
خ = kh	ق = q
د = d	ك = k
ذ = dz	ل = l
ر = r	م = m
ز = z	ن = n
س = s	و = w
ش = sy	ه = h
ص = sh	ي = y

Hamzah (ء) yang sering dilambangkan dengan alif, apabila terletak diawal kata maka dalam transliterasinya mengikuti vokalnya, tidak dilambangkan, namun apabila terletak ditengah atau di akhir kata, maka dilambangkan dengan tanda koma diatas (‘), berbalik dengan koma (‘) untuk pengganti lambang “ع”.

C. Vokal, Panjang dan Diftongs

Setiap penulisan bahasa Arab dalam bentuk tulisan latin vocal *fathah* ditulis dengan “a”, *kasroh* dengan “i”, *dhommah* dengan “u”, sedangkan bacaan panjangmasing-masing ditulis dengan cara berikut:

Vokal (a) panjang = \hat{a} misalnya قال menjadi

Qāa Vocal (i) panjang = \hat{i} misalnya قيل

menjadi *Qîla* Vocal (u) panjang = \hat{u}

misalnya دون menjadi *Dûn*

Khusus untuk bacaan ya' nisbat, maka tidak boleh digantikan dengan "i", melainkan tetap ditulis dengan "iy" agar dapat menggambarkan ya' nisbat diakhirnya. Begitu juga untuk suara diftong, wawudanya' setelah *fathah* ditulis dengan "aw" dan "ay". Perhatikan contoh berikut:

Diftong (aw) = او misalnya قول menjadi

qawlun Diftong (ay) = اي misalnya خير

menjadi khayrun

D. Ta'marbuthah

Ta'marbuthah ditransliterasikan dengan "t" jika berada ditengah kalimat. Tetapi apabila ta' marbuthah tersebut berada di akhir kalimat, maka ditransliterasikan dengan menggunakan "h" misalnya الرسالة للمدرسة menjadi *al- risalat al-mudarrisah*, atau apabila berada di tengah-tengah kalimat yang terdiri dari susunan *mudlaf* dan *mudlaf ilaih*, maka ditransliterasikan dengan menggunakan t yang disambungkan dengan kalimat berikutnya, misalnya لا رحمة في رحمة menjadi *firahmatillah*.

E. Kata Sandang dan Lafdh al-Jalalah

Kata sandang berupa “al” (ال) ditulis dengan huruf kecil, kecuali terletak di awal kalimat, sedangkan “al” dalam *lafadh jalalah* yang berada di tengah-tengah kalimat yang disandarkan (*idhafah*) maka dihilangkan. Perhatikan contoh-contoh berikut ini:

1. *Al-Imam al-Bukhariy* mengatakan...
2. *Al-Bukhariy* dalam muqaddimah kitabnya menjelaskan...
3. *Masya' Allah kanawama lam yasya' lam yakun.*
4. *Billah 'azzawajalla.*

F. Nama dan Kata Arab Terindonesiakan

Pada prinsipnya setiap kata yang berasal dari bahasa Arab harus ditulis dengan menggunakan sistem transliterasi. Apabila kata tersebut merupakan nama Arab dari orang Indonesia atau bahasa Arab yang sudah terindonesiakan, tidak perlu ditulis dengan menggunakan sistem transliterasi. Perhatikan contoh berikut ini:

“...Abdurrahman Wahid, mantan Presiden RI keempat, dan Amin Rais, mantan Ketua MPR pada masa yang sama, telah melakukan kesepakatan untuk menghapuskan nepotisme, kolusi dan korupsi dari muka bumi Indonesia, dengan salah satu caranya melalui pengintensifan salat di berbagai kantor pemerintahan, namun...”

Perhatikan penulisan nama “Abdurrahman Wahid”, “Amin Rais” dan kata “salat” ditulis dengan menggunakan tata cara penulisan bahasa Indonesia yang disesuaikan dengan penulisan namanya. Kata-kata tersebut sekalipun berasal dari bahasa Arab, namun ia berupa nama dan orang Indonesia dan terindonesiakan, untuk itu tidak ditulis dengan cara “Abd al-Rahman Wahid”, “Amin Rais” dan bukan ditulis dengan “shalat”

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
BUKTI KONSULTASI	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xii
A. Umum.....	xii
B. Konsonan.....	xii
C. Vokal. Panjang dan Diftongs.....	xiii
D. Ta'marbuthah.....	xiv
E. Kata Sandang dan Lafadh al-Jalalah	xiv
F. Nama dan Kata Arab Terindonesiakan.....	xv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
ABSTRAK.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1

B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Sistematika Pembahasan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Penelitian Terdahulu.....	8
B. Tinjauan Pustaka	15
1. Transaksi <i>E-Commerce</i>	15
2. Pelaku Usaha.....	23
3. Konsumen	28
4. Kerugian Akibat Produk Cacat	31
5. Fiqh Muamalah.....	37
BAB III METODE PENELITIAN.....	48
A. Jenis Penelitian	48
B. Pendekatan Penelitian.....	49
C. Lokasi Penelitian	49
D. Sumber Data	50
E. Teknik Pengumpulan Data	51
F. Teknik Analisis Data	53
BAB IV PENELITIAN & PEMBAHASAN	55
A. Gambaran Umum Transaksi Jual Beli Sayur di mlijo.malang	55

B. Tanggung Jawab mlijo.malang Terhadap Kerugian Konsumen Menurut UU Perlindungan Konsumen.....	65
C. Kesesuaian Upaya Tanggung Jawab Pelaku Usaha atas Kerugian Konsumen mlijo.malang ditinjau Menurut Fiqh Muamalah	70
BAB V PENUTUP	77
A. Kesimpulan.....	77
B. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	86
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	97

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	13
Tabel 2. Pertanyaan Wawancara Pra Penelitian.....	94
Tabel 3. Pertanyaan Wawancara dengan Konsumen	94
Tabel 4. Pertanyaan Wawancara Penelitian	94
Tabel 5. Komplain Konsumen dan Respon Penjual	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Surat Keterangan Wawancara	86
Gambar 2. Konsumen Intan dengan Kurir	87
Gambar 3. Sayuran dari dikirimkan mlijo.malang.....	87
Gambar 4. Wawancara Peneliti dengan Konsumen Intan.....	88
Gambar 5. Komentar Konsumen 1.....	88
Gambar 6. Komentar Konsumen 2.....	89
Gambar 7. Komentar Konsumen 3.....	89
Gambar 8. Komentar Konsumen 4.....	90
Gambar 9. Komentar konsumen 5.....	90
Gambar 10. Wawancara Pra Penelitian dengan mlijo.malang.....	91
Gambar 11. Wawancara dengan Pelaku Usaha mlijo.malang	91
Gambar 12. Website Resmi <i>Platform Instagram</i> mlijo.malang.....	92
Gambar 13. Syarat dan Ketentuan Order	92
Gambar 14. Syarat dan Ketentuan Barang.....	93
Gambar 15. Deskripsi Pembelian Produk Telur	93

ABSTRAK

Lin Lie Bintan Illa, 19220055, **Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Sistem Transaksi *Quick Commerce Modern***. Skripsi, Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Pembimbing : Dr. Khoirul Hidayah, M.H.

Kata Kunci: Product Liability, Quick Commerce, UU Perlindungan Konsumen, Fiqh Muamalah

Berdasarkan problematika yang ditemukan penulis, terdapat konsumen yang mengalami kerugian. Kerugian terjadi ketika konsumen melakukan transaksi jual beli sayuran secara online dalam *platform* akun *Instagram* mlijo.malang. Kerugian yang dialami oleh konsumen tersebut berupa produk yang datang ketangan konsumen tidak sesuai dengan yang telah ditawarkan oleh mlijo.malang. Produk yang sampai kepada konsumen dalam keadaan rusak. Dalam pengiriman pesanan konsumen, mlijo.malang menggunakan sistem pengantaran niaga cepat (*quick commerce*) yang seharusnya dapat meminimalisir kerusakan barang jika barang yang rusak berupa layu ataupun busuk.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian empiris, dengan menggunakan pendekatan penelitian yuridis sosiologis. Dalam mengumpulkan data menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Jika ditinjau dengan menggunakan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha memiliki kewajiban yang diatur dalam Pasal 7 ayat (b) dan (c) mengenai memberi informasi yang jelas dan jujur dan melayani konsumen dengan benar. Dan apabila pelaku usaha melanggar Pasal 8 tentang perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha, sehingga terbukti menyebabkan kerugian bagi konsumen, maka pelaku usaha juga bertanggung jawab mengenai kerugian tersebut. Tanggung jawab tersebut tercantum dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 19 Ayat (1), dimana pelaku usaha wajib bertanggung jawab atas kerugian yang dialami oleh konsumen. Kemudian dalam fiqh muamalah wujud perlindungan konsumen yang dicantumkan dalam Al-A'raf ayat : 85. Kemudian terdapat khiyar, yaitu hak untuk memilih antara meneruskan atau membatalkan jual beli. Untuk produk yang rusak atau cacat, konsumen dapat melakukan khiyar aib.

Hasil dari penelitian ini, ditinjau dari UUPK pelaku usaha mlijo.malang melakukan ganti rugi akan kerugian konsumen. Ganti rugi yang dilakukan adalah dengan melakukan pengembalian dana. Ganti rugi yang dilakukan mlijo.malang sesuai dengan UUPK Pasal 19 ayat (2). Ditinjau dari fiqh muamalah, kerugian konsumen dikategorikan sebagai kerugian kerusakan. Sehingga tanggung jawab yang dibebankan adalah *Dhaman Itlaf* (ganti rugi karena kerusakan) dan bentuk ganti rugi yang dilakukan tergolongkan *Jawabir Naqdiyah* yaitu ganti rugi dengan mengembalikan nilai jual (*al-qimah*).

ABSTRACT

Lin Lie Bintan Illa, 19220055, Responsibility of Business Actors in a Modern Quick Commerce Transaction System. Thesis, Department of Sharia Economic Law, Faculty of Sharia, Maulana Malik Ibrahim State Islamic University Malang, Supervisor: Dr. Khoirul Hidayah, M.H.

Keywords: Product Liability, Quick Commerce, Consumer Protection Law, Fiqh Muamalah

Based on the problems found by the author, there are consumers who experience losses. These losses arise when consumers make online vegetable buying and selling transactions on the mlijo.malang *Instagram* account *platform*. The losses experienced by these consumers in the form of products that come into the hands of consumers are not in accordance with what has been offered by mlijo.malang business actors. Products that reach consumers are products in a damaged state. In sending consumer orders, mlijo.malang uses a *quick commerce* delivery system which should be able to minimize damage to goods if the damaged goods are withered or rotten.

This research uses a type of empirical research, using a sociological juridical research approach. In collecting data using interview, observation and documentation methods. If reviewed using Law No. 8 of 1999 concerning Consumer Protection, business actors have obligations stipulated in Article 7 paragraphs (b) and (c) regarding providing clear and honest information and serving consumers properly. And if business actors violate Article 8 regarding prohibited actions for business actors, so that they are proven to cause losses to consumers, then business actors are also responsible for these losses. This responsibility is stated in Law No. 8 of 1999 concerning Consumer Protection Article 19 Paragraph (1), where business actors are required to be responsible for losses suffered by consumers. Then in fiqh muamalah the form of consumer protection is listed in Al-A'raf verse: 85. Then there is *khiyar*, which is the right to choose between continuing or canceling the trade. For damaged or defective products, consumers may commit *khiyar disgrace*.

The results of this study, viewed from the UUPK mlijo.malang business actors compensate for consumer losses. The compensation made is by making a refund. The compensation made by mlijo.malang is in accordance with Article 19 paragraph (2) of the UUPK. Meanwhile, when viewed from the fiqh muamalah, consumer losses are categorized as damage losses. So that the responsibility imposed is *Dhaman Itlaf* (compensation for damage) and the form of compensation carried out is classified as *Jawabir Naqdiyah*, namely compensation by returning the selling value (*al-qimah*).

تجريدي

بن لي بنتان إيلا ، 19220055 ، مسؤولية الجهات الفاعلة التجارية في نظام المعاملات التجارية السريعة الحديث. أطروحة، قسم الشريعة والقانون الاقتصادي، كلية الشريعة، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج، المشرف: د. خوير الهداية، م.

الكلمات المفتاحية: مسؤولية المنتج ، التجارة السريعة ، قانون حماية المستهلك ، فقه المعاملات

بناء على المشاكل التي وجدها المؤلف ، هناك مستهلكون يعانون من الخسائر. تنشأ هذه الخسائر عندما يقوم المستهلكون بإجراء معاملات بيع وشراء الخضروات عبر الإنترنت على منصة حساب mlijo.malang Instagram. الخسائر التي تكبدها هؤلاء المستهلكون في شكل منتجات تأتي في أيدي المستهلكين لا تتوافق مع ما تم تقديمه من قبل الجهات الفاعلة التجارية mlijo.malang. المنتجات التي تصل إلى المستهلكين هي منتجات في حالة تالفة. عند إرسال طلبات المستهلكين ، يستخدم mlijo.malang نظام تسليم تجاري سريع يجب أن يكون قادرا على تقليل الضرر الذي يلحق بالبضائع إذا كانت البضائع التالفة ذابلة أو فاسدة.

يستخدم هذا البحث نوعا من البحث التجريبي ، باستخدام نهج البحث القانوني الاجتماعي. في جمع البيانات باستخدام طرق المقابلة والملاحظة والتوثيق. إذا تمت مراجعته باستخدام القانون رقم 8 لعام 1999 بشأن حماية المستهلك ، فإن الجهات الفاعلة التجارية لديها التزامات منصوص عليها في الفقرتين (ب) و (ج) من المادة 7 فيما يتعلق بتوفير معلومات واضحة وصادقة وخدمة المستهلك بشكل صحيح. وإذا انتهكت الجهات الفاعلة التجارية المادة 8 المتعلقة بالإجراءات المحظورة على الجهات الفاعلة التجارية ، بحيث يثبت أنها تسبب خسائر للمستهلكين ، فإن الجهات الفاعلة التجارية مسؤولة أيضا عن هذه الخسائر. هذه المسؤولية منصوص عليها في القانون رقم 8 لعام 1999 بشأن حماية المستهلك المادة 19 الفقرة (1) ، حيث يطلب من الجهات الفاعلة التجارية أن تكون مسؤولة عن الخسائر التي يتكبدها المستهلكون. ثم في الفقه معاملة يسرد شكل حماية المستهلك في الآلية الأعراف: 85. ثم هناك خيار ، وهو الحق في الاختيار بين استمرار التجارة أو إلغائها. بالنسبة للمنتجات التالفة أو المعيبة ، قد يرتكب المستهلكون عار الخيار.

نتائج هذه الدراسة ، التي تم عرضها من UUPK mlijo.malang الجهات الفاعلة التجارية تعوض عن خسائر المستهلك. التعويض الذي يتم تقديمه هو عن طريق رد الأموال. التعويض الذي قدمته mlijo.malang يتوافق مع الفقرة (2) من المادة 19 من UUPK. وفي الوقت نفسه ، عند النظر إليها من الفقه المعاملات ، يتم تصنيف خسائر المستهلك على أنها خسائر أضرار. بحيث تكون المسؤولية المفروضة هي ضمان اطلاق (التعويض عن الضرر) ويصنف شكل التعويض المنجز على أنه جواهر نقدية أي التعويض عن طريق رد قيمة البيع (القيمة)

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era zaman yang modernisasi seperti saat ini, manusia tidak dapat lepas dari pemanfaatan teknologi. Teknologi menjadi suatu kebutuhan manusia untuk mempermudah segala aktivitasnya. Perkembangan teknologi dibuktikan dengan adanya kehadiran *e-commerce*. *E-commerce* adalah suatu transaksi komersial yang dilakukan antara penjual dan pembeli atau dengan pihak lain dalam suatu hubungan perjanjian yang sama untuk mengirimkan sejumlah barang, jasa, dan peralihan hak¹.

Perdagangan secara online (*e-commerce*) saat ini mengalami pertumbuhan signifikan. Dikutip dari Indonesia.go.id. bisnis *e-commerce* di Indonesia semakin menjanjikan, apalagi di masa pandemi. Bisnis dagang berbasis digital diproyeksi tumbuh 33,2 persen dari 2020 yang mencapai Rp. 254 triliun menjadi Rp. 337 triliun pada tahun 2021. Dilihat dari sisi perilaku konsumennya, di semua lini dagang berbasis online tren transaksi berbasis digital terjadi peningkatan sepanjang masa pandemi. Selain itu, adanya teknologi yang semakin mapan diiringi dengan kecepatan transaksi yang semakin mudah dan cepat membantu akselerasi bisnis

¹ Burhanuddin, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen & Sertifikasi Halal* (Malang : UIN-Maliki Press, 2011), 126.

digital jenis tersebut².

Kemajuan perdagangan online (*e-commerce*) dibuktikan dengan munculnya model bisnis baru yaitu *quick commerce* (niaga cepat), yaitu merupakan model perdagangan cepat yang menekankan pada waktu pengiriman relatif singkat dengan tujuan untuk memberi kemudahan, pengiriman cepat, dan kepedulian terhadap konsumen. Perdagangan cepat (*quick commerce*) memiliki waktu yang singkat dalam proses pengantaran pesanan dan penerimaan barang daripada pesanan di *e-commerce* biasanya³. Dalam transaksi *e-commerce* sebagai upaya memberi perlindungan kepada konsumen dikenal dengan istilah tanggung jawab produk/tanggung jawab produsen atau yang biasanya dikenal dengan istilah *product liability*. *Product liability* adalah tanggung jawab produsen untuk produk yang telah dibawanya kedalam peredaran yang menimbulkan/menyebabkan kerugian karena cacat yang pada produk tersebut⁴. Dengan adanya kesadaran pelaku usaha terhadap tanggung jawab secara hukum (*product liability*) tersebut pelaku usaha memiliki kesadaran dengan masalah perlindungan konsumen yang

² Firman Hidranto, "Bisnis E-Commerce Semakin Gurih," *Indonesia*, 23 Februari 2021, diakses 31 Mei 2023, <https://www.indonesia.go.id/kategori/indonesia-dalam-angka/2534/bisnis-E-Commerce-semakin-gurih>

³ P Madhan Kumar, Jeswanth A R, dkk, "Sentimental Analysis on Quick Commerce Platform Instagram Based on Customer Reviews in Google Play Store," *International Journal of Research In Science & Engineering*, no. 6(2022): 32 <https://doi.org/10.55529/ijrise.26.29.42>

⁴ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2004), 23.

menyangkut keamanan dan keselamatan konsumen⁵. Di Indonesia mengenai perlindungan konsumen tercantum dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Tanggung jawab produk dalam media digital masih sangat minim diterapkan oleh para pelaku usaha. Kesadaran pelaku usaha akan keamanan dan keselamatan konsumen perlu untuk ditingkatkan. Banyak pelaku usaha yang melakukan kecurangan dalam transaksi *e-commerce*. Dikutip dari Kompas.com dalam tujuh tahun terakhir, Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) mencatat barang palsu sebagai keluhan yang dominan. Tulus Abdi selaku ketua YLKI mengatakan bahwa pengaduan dominan yang dikeluhkan konsumen di *e-commerce* itu barang tidak sampai, barang tidak diterima konsumen, dan adanya penipuan terkait barang palsu⁶.

Ketentuan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 19 Ayat 1 menjelaskan mengenai beberapa tanggung jawab pelaku usaha apabila konsumen mengalami kerugian yang diakibatkan oleh kelalaian pelaku usaha. Dalam Pasal 19 Ayat 1 Pelaku usaha bertanggung jawab mengganti rugi atas kerugian, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan dan diperdagangkan. Konsumen memiliki hak yang harus ditegakkan yang tercantum dalam Undang-Undang

⁵ Renny Supriyatni Bachro, “*Product Liability* sebagai salah satu alternatif perlindungan terhadap keamanan dan keselamatan konsumen,” *Jurnal Sosiohumaniora*, no.1(2003): 57
<http://jurnal.unpad.ac.id/sosiohumaniora/article/view/5277/2656>

⁶ Dinno Baskoro, “Barang Palsu di Marketplace Jadi Keluhan Pembeli,” *Kompas*, 23 Februari 2022, diakses pada 31 Mei 2023, <https://lifestyle.kompas.com/read/2022/02/23/153355020/barang-palsu-di-marketplace-jadi-keluhan-pembeli>

Perlindungan Konsumen dalam Pasal 4, yaitu sebagai berikut :

1. Hak untuk memilih dan mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
2. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
3. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
4. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Fakta yang terjadi dalam transaksi belanja sayuran secara online, banyak ditemukan konsumen yang merasa dirugikan. Kerugian konsumen tersebut disebabkan produk yang dikirimkan oleh pihak sayur online tidak sesuai dengan pesanan konsumen. Dikutip dari media massa twitter terdapat konsumen yang merasa dirugikan karena produk yang dikirimkan oleh salah satu *Platform* jual beli sayuran secara online dengan kasus sebagai berikut :

1. @ratuatlantiss mengalami kerugian karena orderan yang tidak lengkap berupa 5 dimsum yang tidak sampai ketangan konsumen.
2. @tw_t_as2c mengalami kerugian karena produk yang sampai ke konsumen rusak yaitu berupa 12 butir telur yang pecah dari 30 butir pesanan.
3. @kapteneptunus mengalami kerugian berupa barang yang dikirimkan

kurang dengan kekurangan berupa nugget, ayam, butter, jagung pipil dan susu uht.

Mlijo.malang sendiri merupakan sebuah *Platform Instagram* yang menyediakan produk keperluan rumah tangga. Produk yang dijual berupa sayuran, lauk-pauk, buah-buahan, *frozen food*, sembako dan lain sebagainya. Dari fenomena tersebut permasalahan yang terjadi merupakan problematika yang menarik untuk dikaji dengan persoalan tanggung jawab pelaku usaha terhadap kerugian yang dialami oleh konsumen di mlijo.malang dan kesesuaian tanggung jawab pelaku usaha terhadap kerugian konsumen ditinjau dari persepektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan fiqh muamalah. Sehingga peneliti ingin mengambil judul “Tanggung Jawab Pelaku Usaha dalam Sistem Transaksi *Quick Commerce Modern*”

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana upaya tanggung jawab yang dilakukan oleh pelaku usaha terhadap kerugian konsumen di mlijo.malang ditinjau menurut UU Perlindungan Konsumen?
2. Bagaimana kesesuaian tanggung jawab pelaku usaha mlijo.malang atas kerugian konsumen ditinjau menurut fiqh muamalah?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis upaya tanggung jawab yang dilakukan oleh pelaku usaha terhadap kerugian konsumen di mlijo.malang ditinjau menurut UU

perlindungan konsumen.

2. Untuk menganalisis kesesuaian tanggung jawab pelaku usaha atas kerugian konsumen ditinjau berdasarkan fiqh muamalah.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan untuk menambah pengetahuan bagi penelitian yang serupa dan mampu berkontribusi untuk mengembangkan kajian ilmu. Di sisi lain mampu menjawab persoalan mengenai tanggung jawab yang dilakukan oleh pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen akibat produk yang diperedarkan dan mampu menjawab persoalan mengenai tanggung jawab yang dilakukan oleh pelaku usaha atas kerugian konsumen yang ditinjau berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan fiqh muamalah.

2. Secara Praktis

Bagi para pembaca dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber yang bermanfaat untuk menambah ilmu serta wawasan masyarakat tentang tanggung jawab pelaku usaha terhadap kerugian konsumen, sehingga masyarakat yang menjadi pelaku usaha maupun konsumen mengerti mengenai hak dan kewajibannya dan mengetahui kesesuaian tanggung jawab pelaku usaha atas kerugian konsumen yang ditinjau dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan fiqh muamalah.

E. Sitematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini diuraikan seperti berikut ini :

Bab I pendahuluan, dalam bab ini terdiri dari beberapa subbab yaitu latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika pembahasan. Dalam bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum persoalan permasalahan yang layak untuk dijadikan penelitian.

Bab II tinjauan pustaka, dalam subbab ini terdiri dari penelitian terdahulu dan tinjauan pustaka. Dalam penelitian terdahulu berfungsi sebagai perbandingan antara penelitian yang dilakukan terlebih dahulu dengan penelitian sekarang. Tinjauan pustaka berfungsi sebagai pisau analisis dalam kajian penelitian.

Bab III metode penelitian, dalam bab ini terdiri dari jenis penelitian, pendekatan penelitian, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data. Dalam bab ini memaparkan rencana penelitian yang dilakukan untuk memperoleh data yang sesuai dengan permasalahan.

Bab IV hasil penelitian dan pembahasan, dalam bab ini dipaparkan mengenai jawaban yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan oleh penulis mengenai permasalahan yang ada.

Bab V penutup, dalam bab ini berisi penarikan kesimpulan dimana kesimpulan menjelaskan hasil akhir dari pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti kemudian selain kesimpulan terdapat saran yang digunakan untuk memberi masukan kepada pihak-pihak terkait.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan kegiatan membandingkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti saat ini. Hal ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan dan persamaan yang terdapat pada hasil penelitian sebelumnya dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis. Di sisi lain penelitian terdahulu berguna untuk memperluas dan memperdalam teori untuk penelitian yang dilakukan saat ini dan sebagai tolak ukur peneliti dalam menganalisis suatu penelitian.

Untuk penelitian terdahulu diuraikan sebagai berikut :

1. Penelitian oleh Thoriq Arif Alqadri, yang berjudul “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Garansi Seumur Hidup Pada Produk Tupperware di Kota Pekanbaru (Studi pada Distributor Tupperware PT. Mutiara Bumi Tambusai Pekanbaru)”⁷. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui mekanisme penerapan garansi seumur hidup produk tupperware serta tanggung jawab pelaku usaha terhadap

⁷ Thoriq Arif Alqadri, “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Garansi Seumur hidup Pada Produk Tupperware di Kota Pekanbaru” (Skripsi, Universitas Andalas Padang, 2022), <http://scholar.unand.ac.id/105438/>

konsumen adanya produk tupperware garansi seumur hidup yang sudah tidak diproduksi di Kota Pekanbaru. Hasil dari penelitian ini adalah tanggung jawab terhadap produk Tupperware yaitu berupa penggantian produk baru.

2. Penelitian oleh Muhammad Aditya, yang berjudul “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Keterlambatan Pengiriman Barang Akibat Pandemi *Covid-19*”⁸. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bahwa pandemi *covid-19* dapat atau tidak dijadikan sebagai keadaan memaksa (*force majeure*) oleh pelaku usaha atas keterlambatan pengiriman barang dan mengetahui bentuk tanggung jawab pelaku usaha terhadap kerugian konsumen diakibatkan keterlambatan pengiriman barang di masa pandemi *covid-19*. Hasil dari penelitian ini pandemi *covid-19* dapat diklaim sebagai keadaan memaksa yang bersifat relatif karena keterlambatan barang yang sampai kepada konsumen bukan karena kehendak dari pelaku usaha.
3. Penelitian oleh Tiara Rizka Ananda, yang berjudul “Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha Atas Adanya Ketidaksesuaian Objek Dalam Transaksi *E-Commerce* Persepektif Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam”⁹. Tujuan

⁸ Muhammad Aditya, “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Keterlambatan Pengiriman Barang Akibat Pandemi Covid-19” (Skripsi, Universitas Hasanuddin Makassar, 2021), http://repository.unhas.ac.id/10058/2/B011171074_skripsi_01-11-2021%201-2.pdf

⁹ Tiara Rizka Ananda, “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Keterlambatan Pengiriman Barang

dari penelitian ini untuk mengetahui aspek itikad baik pada pelaku usaha atas adanya ketidaksesuaian objek dan mengetahui tentang tanggung jawab pelaku usaha atas adanya ketidaksesuaian objek dalam transaksi *e-commerce* perspektif Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam. Hasil dari penelitian ini pelaku usaha haruslah memenuhi kewajibannya dalam beritikad baik sebagaimana terdapat dalam UUPK. Dalam Islam, penerapan itikad baik dapat menghindarkan seseorang dari kerugian yang dapat ditimbulkan. Selain itu, tidak sedikit pelaku usaha yang belum memenuhi kewajibannya yakni bertanggung jawab terhadap kerugian yang dialami konsumen.

4. Penelitian oleh I Gst A.A Sintiana Dewi, I Ketut Sudiatmaka dan Dewa Gede Sudika Mangku, yang berjudul “Implementasi Ketentuan *Product Liability* terhadap Konsumen Jasa Pengiriman Barang (Studi kasus di PT.Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Singaraja)”¹⁰. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bentuk tanggung jawab perusahaan jasa pengiriman PT.Tiki JNE terhadap konsumen yang mengalami kerugian dan menganalisa implementasi ketentuan *product liability* terhadap konsumen pengguna jasa pengiriman barang

Akibat Pandemi Covid-19” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2022), <http://etheses.uin-malang.ac.id/37364/1/18220039.pdf>

¹⁰ I Gst A.A Sintiana Dewi, I Ketut Sudiatmaka dan Dewa Gede Sudika Mangku, “Implementasi Ketentuan *Product Liability* terhadap Konsumen Jasa Pengiriman Barang,” *e-Journal Komunitas Yustisia Universitas Pendidikan Ganesha*, no. 1(2020): 25
<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/jatayu/article/view/28832>

PT.Tiki JNE cabang Singaraja. Hasil dari penelitian ini adalah bentuk tanggung jawab yang diberikan oleh PT.Tiki JNE terhadap konsumen yang mengalami kerugian telah sesuai dengan ketentuan *product liability* yang diatur dalam Pasal 19 Ayat (2) UUPK yakni berupa penggantian barang dan pengembalian uang. Ketentuan *product liability* tidak terimplementasikan dikarenakan kurangnya peranan dari penegak hukum, kurangnya sarana atau fasilitas pendukung serta kurangnya pengetahuan masyarakat dengan adanya *product liability*.

5. Penelitian oleh Rani Apriani, Rahmi Zubedah dan Abdul Atsar, yang berjudul “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Atas Produksi Pangan Yang Tidak Memenuhi Syarat Keamanan dan Mutu Pangan Yang Tidak Memiliki Izin Edar”¹¹. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis tanggung jawab pelaku usaha yang memproduksi pangan yang tidak memenuhi standar keamanan dan mutu pangan kepada konsumen berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Pangan. Hasil dari penelitian ini tanggung jawab pelaku usaha atas produksi pangan yang tidak memenuhi syarat keamanan dan mutu pangan yang tidak memiliki izin edar di karawang yaitu pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk

¹¹ Rani Apriani, Rahmi Zubedah dan Abdul Atsar, “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Atas Produksi Pangan Yang Tidak Memenuhi Syarat Keamanan dan Mutu Pangan Yang Tidak Memiliki Izin Edar,” *Lambung Mamgkurat LawJournal*, no. 1(2020): 43
<https://lamlaj.ulm.ac.id/web/index.php/abc/article/view/142>

mengganti kerugian kepada konsumen yang dirugikan atas perbuatan pelaku usaha yang memproduksi pangan dengan berdasarkan pada Pasal 19 UUPK dan Pasal 94 Ayat (1) UU Pangan.

6. Penelitian oleh Nikma dan Lili Naili Hidayah, yang berjudul “Tanggung Jawab Hukum Produsen Otomotif Terhadap Cacat Produk (*Product Liability*) Menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen”¹². Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bentuk tanggung jawab hukum produsen terhadap cacat produk menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen, serta untuk mengetahui bagaimana penyelesaian sengketa konsumen terhadap cacat produk menurut UU Perlindungan Konsumen. Hasil dari penelitian ini produsen bertanggung jawab terhadap barang-barang yang dibeli. Penerapan prinsip tanggung jawab mutlak dimaksudkan untuk mengganti sistem tanggung jawab berdasarkan Pasal 1865 KUHPerdara untuk kasus-kasus kerugian konsumen akibat menggunakan produk yang cacat.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dipaparkan diatas, ditemukan kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penlit, yaitu mengenai tanggung jawab produk yang dilakukan oleh pelaku usaha akibat

¹² Nikma dan Lili Naili Hidayah, “Tanggung Jawab Hukum Produsen Otomotif Terhadap Cacat Produk (*Product Liability*) Menurut Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen,” *Zaaken: Journal of Civil and Bussiness Law*, no.1(2021): 165 <https://mail.online-journal.unja.ac.id/Zaaken/article/view/11332>

kerugian yang dialami oleh konsumen dikarenakan barang yang telah diperedarkan. Akan tetapi penelitian terdahulu tidak sama persis dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti saat ini dengan beberapa persamaan dan perbedaan.

Tabel 1. Persamaan & Perbedaan Penelitian Terdahulu :

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Thoriq Arif Alqadri	Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Garansi Seumur hidup Pada Produk Tupperware di Kota Pekanbaru (Studi pada Distributor Tupperware PT. Mutiara Bumi Tambusai Pekanbaru)	Keduanya mengkaji mengenai bentuk tanggung jawab pelaku usaha	Objek yang dijadikan dalam penelitian ini adalah produk tupperware
2	Muhammad Aditya	Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Keterlambatan Pengiriman Barang Akibat Pandemi Covid-19	Menganalisis tanggung jawab pelaku usaha	Adanya <i>force majeure</i> yang menyebabkan pengiriman terhambat

3	Tiara Rizka Ananda	Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha Atas Adanya Ketidaksesuaian Objek Dalam Transaksi <i>E-Commerce</i> Persepektif Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam	Membahas mengenai tanggung jawab pelaku usaha dan transaksi komersial	Membahas adanya ketidaksesuaian objek dalam transaksi.
4	I Gst A.A Sintiana Dewi, I Ketut Sudiatmaka dan Dewa Gede Sudika Mangku	Implementasi Ketentuan <i>Product Liability</i> terhadap Konsumen Jasa Pengiriman Barang (Studi kasus di PT.Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cabang Singaraja)	Keduanya membahas mengenai kerusakan barang saat diterima oleh Konsumen	Yang bertanggung jawab adalah pihak ekspedisi selaku perantara antara konsumen dan pelaku usaha
5	Rani Apriani, Rahmi Zubedah dan Abdul Atsar	Tanggung Jawab Pelaku Usaha Atas Produksi Pangan	Menganalisis tanggung jawab pelaku usaha yang memproduksi	Produk yang dipertanggung jawabkan pelaku usaha adalah produk

				yang tidak memiliki surat edar
6	Nikma dan Lili Naili Hiayah	Tanggung Jawab Hukum Produsen Otomotif Terhadap Cacat produk (<i>Product Liability</i>) Menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen	Mengkaji mengenai produk yang cacat atau tidak sesuai dengan ketentuan diawal	Produk yang dimaksud dimintai tanggung jawab adalah produk otomotif

B. Tinjauan Pustaka

1. Transaksi *E-Commerce*

a. Pengertian transaksi *E-Commerce*

Sistem perdagangan saat ini terdapat dua cara untuk transaksi, yaitu transaksi perdagangan secara konvensional dan transaksi perdagangan secara modern yang dikenal dengan *electronik commerce* atau transaksi elektronik yang bersifat kontemporer. Dalam Pasal 1 Ayat 2 UU ITE mendefinisikan bahwa transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Konsep yang digunakan

dalam proses transaksi jual beli secara elektronik adalah transaksi jual beli dilakukan oleh seseorang terhadap seseorang yang lain dengan media internet dalam waktu yang tidak ada batas dan dilakukan tidak perlu adanya pertemuan antara pihak, mereka mengandalkan rasa kepercayaan antar pihak satu dengan pihak lain yang bersangkutan¹³. *E-commerce* tidak memerlukan pertemuan kedua belah pihak secara langsung untuk melakukan sebuah transaksi. Dalam Pasal 1 Ayat 24 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan menjelaskan Perdagangan melalui sistem elektronik adalah perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik.

b. Perlindungan konsumen dalam transaksi *E-Commerce*

Perlindungan konsumen merupakan suatu upaya gambaran untuk memberi perlindungan hukum atas adanya kerugian yang dialami oleh konsumen akibat penggunaan barang dan/atau jasa. Perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* dicantumkan dalam Pasal 9 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yang menjelaskan bahwa pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap yang berkaitan dengan syarat kontrak, produsen dan produk yang ditawarkan. Ketentuan dalam pasal tersebut memberikan hak kepada konsumen untuk mendapatkan informasi

¹³ Desy Ary Setyawati, Dahlan, dan M.Nur Rasyid, "Perlindungan Bagi Hak Konsumen dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Perjanjian Transaksi Elektronik," *Law Jurnal*, no. 3(2017), 35. <https://jurnal.unsyiah.ac.id/sklj/article/view/9638>

yang jelas atas suatu produk yang ditawarkan oleh pelaku usaha.

Pasal 28 Ayat 1 UU ITE menjelaskan bahwa “setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik” kemudian mengenai sanksi dicantumkan dalam Pasal 45 a Ayat (1) UU ITE yaitu mendapatkan sanksi pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).

Perlindungan konsumen dalam Pasal 4 huruf c UUPK yaitu “konsumen berhak mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa”. Kemudian mengenai ganti rugi yang berhak diberikan pelaku usaha kepada konsumen akibat mengalami kerugian dicantumkan dalam Pasal 19 UUPK yang menyatakan bahwa konsumen berhak mendapatkan kompensasi, ganti rugi/atau penggantian, apabila barang/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Selanjutnya dalam Pasal 23 UUPK menyatakan “pelaku usaha yang menolak dan/atau tidak memberi tanggapan dan/atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 ayat (1), ayat (2), ayat (3) dan ayat (4), dapat digugat melalui badan penyelesaian sengketa konsumen atau mengajukan ke badan peradilan ditempat kedudukan konsumen.

Dalam PP No. 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan

Transaksi Elektronik diatur mengenai barang yang tidak sesuai dengan ketentuan perjanjian terdapat dalam Pasal 49 ayat (3) yaitu “pelaku usaha wajib memberikan batas waktu kepada konsumen untuk mengembalikan barang yang dikirim apabila tidak sesuai dengan perjanjian atau terdapat cacat tersembunyi”.

c. Akad dalam transaksi *E-Commerce*

Jual beli dalam *e-commerce* hampir sama dengan jual beli salam. Jual beli salam dalam istilah fiqh disebut *as-salaf*, yaitu memiliki arti mendahulukan pembayaran dan mengakhirkan barang¹⁴. Ulama Malikiyah mendefinisikan salam yaitu suatu jual beli yang modalnya dibayar dulu, sedangkan barangnya diserahkan sesuai dengan waktu yang telah disepakati. Kemudian dalam KHES Pasal 20 Ayat (34) salam adalah jasa pembiayaan yang berkaitan dengan jual beli yang pembayarannya dilakukan bersamaan dengan pemesanan barang. Menurut Syaikh Muhammad bin Ibrahim dalam Ensiklopedi Islam Al Kamil menjelaskan salam adalah kontrak jual beli dengan menyebutkan sifat barang yang dipertanggungjawabkan dengan cara ditunda pembayarannya, sedangkan pembayaran dibayar dimuka saat transaksi. Akad ini dinamakan salam karena pembayaran harga dilakukan dimejelis akad dan dinamakan salaf karena harga dibayar dimuka¹⁵.

¹⁴ Andri Soemitra, *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah* (Jakarta: Kencana, 2019), 83.

¹⁵ Ikit, Artiyanto dan Muhammad Saleh, *Jual Beli Dalam Persepektif Ekonomi Islam* (Yogyakarta:

Transaksi jual beli salam merupakan suatu jual beli dengan sistem “pesanan” atau *indent* dengan sistem pembayaran yang dilakukan ketika akad berlangsung dengan penyerahan barang yang dilakukan diakhir sesuai dengan perjanjian dengan para pihak penjual dan pembeli. Unsur terpenting dalam jual beli salam dalam mengurangi terjadinya kesalahan dalam pemesanan adalah dengan melakukan kesepakatan mengenai ciri-ciri atau sifat objek yang dipesan yaitu kejelasan kualitasnya, kuantitasnya, jenisnya, waktu penyerahannya, dan harga pembelian¹⁶. Dasar hukum transaksi salam ini didasarkan pada Q.S. Al-Baqarah : 282

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ

بِالْعَدْلِ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu`amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar”.(Q.S. Al-Baqarah : 282)

d. Konsep Perjanjian dalam *E-Commerce*

Pada dasarnya perjanjian yang terjadi dalam *e-commerce* sama dengan perjanjian yang terjadi secara konvensional, dimana keabsahan dari perjanjian tersebut diatur didalam Pasal 1320 KUHPPerdata. Ada empat syarat sahnya perjanjian, yaitu : kesepakatan para pihak, kecakapan

Gava Media, 208), 168.

¹⁶Soemitra, *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah*, 84. (footnote kedua, referensi sama)

para pihak, suatu hal tertentu dan suatu sebab yang halal.

Kontrak elektronik berdasarkan UU ITE merupakan suatu alat bukti hukum yang sah, karena informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik yang merupakan perluasan dari alat bukti yang sah sesuai dengan hukum acara yang berlaku di Indonesia. Adanya kontrak membuat masing-masing pihak terikat dalam kontrak dan dapat mengetahui hak dan kewajibannya. Para pihak tentunya mengharapkan dengan adanya kontrak maka hubungan hukum yang melahirkan hak dan kewajiban di antara para pihak dapat terlaksana, khususnya berkaitan dengan kontrak bisnis dalam kegiatan usaha. Adanya kontrak akan memberikan perlindungan hukum dan keadilan apabila di antara para pihak ada yang melakukan ingkar janji terhadap kontrak yang telah disepakati bersama, maka pihak yang menyebabkan timbulnya kerugian harus memberikan ganti rugi.

Perjanjian jual beli melalui sistem transaksi elektronik tidak dapat dilakukan secara tatap langsung, maka penentuan waktu terjadinya suatu kesepakatan merupakan unsur yang penting. Hal ini berkaitan dengan sah atau tidaknya perjanjian tersebut. Dalam Pasal 1458 KUHP disebutkan bahwa perjanjian transaksi jual beli itu sudah sah setelah adanya kesepakatan tentang harga meskipun belum dibayar oleh pembeli dan barang belum diserahkan oleh penjual. Perjanjian dapat terjadi jika salah satu pihak telah menyatakan sepakat terhadap pokok perjanjian yang dinyatakan oleh pihak lain.

Dalam perdagangan elektronik, suatu kontrak yang timbul bukan hanya sebatas diatas kertas melainkan dilakukan secara digital atau yang dikenal dengan *e-contract*. Menurut penjelasan UU ITE Pasal 1 angka 17 menyebutkan bahwa “kontrak elektronik adalah perjanjian para pihak yang dibuat melalui Sistem Elektronik.” Kontrak elektronik paling sedikit memuat: a. Data identitas para pihak; b. Objek dan spesifikasi; c. Persyaratan transaksi elektronik; d. Harga dan biaya; e. Prosedur dalam hal terdapat pembatalan oleh para pihak; f. Ketentuan yang memberikan hak kepada pihak yang dirugikan untuk dapat mengembalikan barang dan/atau meminta penggantian produk jika terdapat cacat sembunyi; g. Pilihan hukum penyelesaian transaksi elektronik. Kontrak elektronik (*e-contract*) merupakan suatu bentuk transaksi elektronik yang diatur dalam pasal 17 ayat (1) jo. Pasal 18 ayat (1) Bab V UU ITE.

e. . Perkembangan *E-Commerce*

Saat ini *e-commerce* banyak digunakan oleh para masyarakat di Indonesia untuk memenuhi kebutuhannya. Dari data yang diperoleh, sebanyak 88, 1% pengguna internet yang ada di negara Indonesia menggunakan layanan *e-commerce* untuk membeli produk tertentu¹⁷. *E-commerce* didefinisikan sebagai suatu proses pembelian, penjualan, mentransfer atau bertukar produk, jasa atau informasi melalui jaringan

¹⁷ Andrea Lidwina, “Pengguna E-Commerce Indonesia Tertinggi di Dunia,” Databoks, 4 Juni 2021, diakses pada 22 September 2022, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-E-Commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>

komputer melalui Internet¹⁸. Pada awal tahun 2020, Indonesia sedang dilanda pandemi *covid-19*. Pandemi *covid-19* ini membuat pemerintah untuk melakukan bentuk beberapa peraturan kepada masyarakat sebagai upaya untuk memutuskan mata rantai penyebaran *covid-19*.

Pada saat terjadinya *covid-19* ini penggunaan *e-commerce* meningkat. Belanja online menjadi pilihan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan di era pandemi *covid-19*. Para masyarakat dapat memperoleh segala keperluannya melalui *e-commerce*. Adanya sistem belanja online (*e-commerce*) dapat menekan mobilitas pergerakan para masyarakat untuk keluar rumah sehingga hal ini berdampak pada kesuksesan kebijakan pemerintah dalam meminimalisir penyebaran virus *covid-19*.

f. *Quick Commerce*

Quick commerce memiliki konsep yang sama dengan *e-commerce* pada umumnya yaitu sebuah perdagangan digital. Letak perbedaannya adalah terletak pada proses pengirimannya. *Quick commerce* merupakan suatu konsep bisnis baru yang menawarkan pengiriman kilat dimana konsumen bisa mendapatkan produk yang dibeli dalam jangka waktu yang relatif singkat.¹⁹ Model bisnis *quick commerce* menggabungkan manfaat *e-commerce* (belanja melalui internet) dan pengalaman belanja

¹⁸ Mahir Pradana, "Klasifikasi Bisnis E-Commerce Di Indonesia," *Modus*, no. 2(2015): 165, <https://media.neliti.com/media/publications/152372-ID-none.pdf>

¹⁹ Aulia Meidiska, "Quick Commerce : Era Baru "Pasar" Digital," *disrupto.co.id*, 3 Januari 2022, diakses 13 Mei 2023, <https://www.disrupto.co.id/journal/quick-commerce-era-baru-pasar-digital>

tradisional (menyelesaikan perdagangan dalam hitungan menit) dengan tujuan untuk memenuhi tuntutan konsumen online.

2. Pelaku usaha (Produsen)

a. Pengertian Pelaku Usaha

Pasal 1 Ayat (3) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, memberikan pengertian pelaku usaha adalah adalah setiap perseorangan atau badan hukum, baik yang berbentuk badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi²⁰. Pelaku usaha yang dijelaskan diatas adalah meliputi perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor, grosir, leveransir, pengecer dan lainnya.

b. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Guna menciptakan kenyamanan berusaha bagi pelaku usaha dan sebagai bentuk menyelaraskan atas hak yang diterima oleh konsumen, pelaku usaha diberikan hak yang telah diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 6 diantaranya :

- 1) Hak untuk menerima pembayaran sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang

²⁰Burhanuddin, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen & Sertifikasi Halal*, 33. (footnote keempat, referensi sama)

diperdagangkan.

- 2) Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik.
- 3) Hak untuk mendapatkan pembelaan diri sepatutnya dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen.
- 4) Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila tidak terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- 5) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan lainnya.

Pelaku usaha memiliki kewajiban yang harus dilakukan atau ditaati oleh pelaku usaha yaitu :

- 1) Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.
- 2) Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa, serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan.
- 3) Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur, serta tidak diskriminatif.
- 4) Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.
- 5) Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu, serta memberi jaminan

dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau diperdagangkan.

- 6) Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau jasa penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Selain kewajiban diatas, kewajiban pelaku usaha dalam Pasal 1338 Ayat (3) KUHPerdata yaitu adalah beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usaha yang mana hal ini merupakan asas yang dikenal dalam hukum perjanjian.

c. Larangan bagi pelaku usaha

Pasal 8 Undang-Undang Perlindungan Konsumen diatur mengenai beberapa kegiatan yang dilarang dilakukan oleh pelaku usaha diantaranya adalah pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang :

- 1) Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- 2) Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih, atau neto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau e-tiket barang tersebut.
- 3) Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan, dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya.
- 4) Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran

sebagaimana dinyatakan dalam label, e-tiket, keterangan barang dan/atau jasa tersebut.

- 5) Tidak sesuai dengan mutu, tingkat, komposisi, proses pengolahan, gaya mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut.
- 6) Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, e-tiket, keterangan, iklan, atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut.
- 7) Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tersebut.
- 8) Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam label.
- 9) Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau neto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha, serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat.
- 10) Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mengiklankan atau membuat

pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai²¹ :

- 1) Harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa.
- 2) Kegunaan suatu barang dan/atau jasa.
- 3) Kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa.
- 4) Bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.

Pelaku usaha yang memproduksi barang dibebaskan dari tanggung jawab atas kerugian yang diderita konsumen, apabila:

- 1) Barang tersebut terbukti seharusnya tidak diedarkan atau tidak dimaksudkan untuk diedarkan.
- 2) Cacat barang timbul pada kemudian hari.
- 3) Cacat timbul akibat ditaatinya ketentuan mengenai kualifikasi barang.
- 4) Kelalaian yang diakibatkan oleh konsumen.
- 5) Lewatnya jangka waktu penuntutan 4 (empat) tahun sejak barang dibeli atau lewatnya jangka waktu yang diperjanjikan²².

Dalam hal pembuktian atas adanya aspek kesalahan dalam gugatan ganti rugi merupakan tanggung jawab pelaku usaha bukan konsumen yang melakukan pembuktian akan kesalahan pelaku usaha, akan tetapi

²¹ Rudolf S.Mamengko, "Product Liability dan Profesional Liability di Indonesia," *Jurnal Ilmu Hukum*, no. 9(2016), 9.

http://repo.unsrat.ac.id/1241/1/PRODUCT_LIABILITY_DAN_PROFESIONAL_LIABILITY.pdf

²² Sudjana dan Elisandris Gultom, *Rahasia Dagang Dalam Persepektif Perlindungan Konsumen* (Bandung:Keni Media, 2016), 167.

pelaku usaha yang membuktikan ada atau tidaknya unsur kesalahan tersebut.

3. Konsumen

1. Pengertian Konsumen

Transaksi ekonomi, mengartikan konsumen disebabkan karena seseorang atau badan hukum menggunakan suatu produk barang dan/atau jasa guna memenuhi kebutuhannya. Konsumen adalah setiap orang, kelompok atau badan hukum pemakai suatu harta benda atau jasa karena adanya hak yang sah, baik dipakai untuk pemakaian akhir maupun proses produksi selanjutnya²³. Dalam UUPK mendefinisikan konsumen merupakan 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.

Amerika Serikat mengartikan konsumen meliputi “korban produk yang cacat” yang bukan hanya meliputi pembeli, tetapi juga pemakai, bahkan korban yang bukan pemakai memperoleh perlindungan yang sama dengan pembeli. Sedangkan di Eropa, pengertian konsumen bersumber dari *product liability directive* (selanjutnya disebut *directive*) sebagai pedoman bagi negara MEE (Masyarakat Ekonomi Eropa) dalam menyusun ketentuan Hukum Perlindungan Konsumen. Berdasarkan

²³ Burhanuddin, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen & Sertifikasi Halal*, 6. (footnote ketiga, referensi sama)

directive tersebut yang berhak menuntut ganti kerugian adalah pihak yang menderita kerugian (karena kematian atau cedera) atau kerugian berupa kerusakan benda selain produk yang cacat itu sendiri²⁴.

Pengertian diatas menjelaskan subjek yang disebut sebagai konsumen adalah setiap orang yang menggunakan suatu produk tertentu. Konsumen memang tidak hanya sekedar pembeli akan tetapi konsumen adalah semua orang baik perorangan maupun badan usaha yang mengkonsumsi barang dan/atau jasa.

Apabila seseorang sebagai konsumen mempunyai hubungan hukum berupa perjanjian dengan pihak lain, dan pihak lain itu melanggar perjanjian yang disepakati bersama, maka konsumen berhak menggugat lawannya berdasarkan dalih melakukan wanprestasi (cedera janji). Jika sebelumnya tidak ada perjanjian, konsumen tetap saja memiliki hak untuk menuntut secara perdata, yakni melakukan ketentuan perbuatan melawan hukum (*onrechtmatigedaad*). Dalam konsepsi perbuatan melawan hukum, seseorang diberi kesempatan untuk menggugat sepanjang terpenuhinya tiga unsur yaitu²⁵ :

- a. Adanya kesalahan (yang dilakukan pihak lain atau tergugat).
- b. Adanya kerugian (yang diderita si penggugat).
- c. Ada hubungan kausalitas antara kesalahan dan

²⁴ Abdul Halim, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Banjarmasin:FH Unlam Press, 2008), 9.

²⁵ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, 59. (footnote kedua, referensi sama)

kerugian itu.

2. Hak dan kewajiban konsumen

Kennedy mengemukakan mengenai hak dasar konsumen yaitu :

- a. *The right to safe products.*
- b. *The right to be informed about products.*
- c. *The right to definite choices in selecting products.*
- d. *The right to be heard regarding consumer interests.*

Kemudian dalam Pasal 4 UUPK dituangkan hak konsumen yaitu :

- 1) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.
- 2) Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- 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 mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.
- 7) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.

- 8) Hak untuk mendapatkan dispensasi, ganti rugi dan/atau penggantian jika barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
- 9) Hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan yang lain.

Konsumen berhak mendapatkan perlindungan jika terjadi pelanggaran mengenai hak-hak konsumen tersebut. Selain hak, konsumen memiliki kewajiban yang harus dilakukan, diantaranya :

- 1) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan.
- 2) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan /atau jasa.
- 3) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.
- 4) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Kewajiban konsumen ini dengan tujuan untuk memperoleh perlindungan hukum atau kepastian hukum bagi konsumen itu sendiri.

4. Kerugian akibat Produk Cacat

Menurut Nieuwenhuis kerugian adalah berkurangnya harta kekayaan pihak yang satu, yang disebabkan oleh perbuatan yang melanggar norma

oleh pihak lain²⁶. Tuntutan ganti rugi atas kerugian yang dialami oleh para konsumen baik kerugian berupa materi, fisik dan jiwa dapat didasarkan pada ketentuan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Menurut Yusuf Shofie, enam hal yang menjadi penyebab potensial yang dapat merugikan konsumen adalah²⁷;

- 1) Ketidaksesuaian iklan/informasi produk dengan kenyataan.
- 2) Produk tidak sesuai dengan standar ketentuan/peraturan perundang-undangan.
- 3) Produk cacat dalam keadaan masih dalam garansi atau belum kadaluwarsa.
- 4) Tingkat keamanan produk diinformasikan tidak secara proporsional.
- 5) Sikap konsumtif konsumen.
- 6) Ketidaktahuan konsumen tentang penggunaan produk.

Perkembangan pesat dunia usaha yang didorong oleh makin canggihnya proses produksi, tumbuhnya produksi massal, makin majunya sistem pemasaran secara tidak teras makin tidak mengertinya konsumen akan seluk beluk sebuah produk, sehingga seringkali kerugian konsumen diakibatkan oleh produk cacat semakin tidak dapat dicari dan dibuktikan

²⁶ Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya* (Jakarta : Kencana & Prenada Media Group, 2008), 311.

²⁷ Yusuf Shofie, *Pelaku Usaha, konsumen, dan Tindak Pidana Korporasi* (Jakarta:Ghalia Indonesia, 2002), 107.

penyebabnya oleh konsumen²⁸. Suatu produk dapat disebut cacat (tidak dapat memenuhi tujuan pembuatannya) karena²⁹:

- 1) Cacat produk atau manufaktur
- 2) Cacat desain termasuk kedalam cacat produk dan manufaktur.
- 3) Cacat peringatan atau intruksi adalah cacat produk karena tidak dilengkapi dengan peringatan atau instruksi terkait produk yang diperedarkan.

Pasal 1504 KUHPPerdata menjelaskan bahwa penjual harus menanggung barang itu terhadap cacat tersembunyi, yang sedemikian rupa sehingga barang itu tidak dapat digunakan untuk tujuan yang dimaksud, atau yang demikian mengurangi pemakaian, sehingga seandainya pembeli mengetahui cacat itu, ia sama sekali tidak akan membelinya atau tidak akan membelinya dengan harga yang kurang.

Berbicara mengenai tanggung jawab produk / *product liability* merupakan suatu konsepsi hukum yang berdasarkan dengan nilai dengan tujuan untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen agar dapat mendapatkan suatu produk (barang ataupun jasa) sesuai dengan harapan dan sesuai dengan yang telah dijanjikan. Menurut Agnes M.Toar mengartikan tanggung jawab produk merupakan tanggung jawab produk

²⁸ Rudolf S.Mamengko, "Product Liability dan Profesional Liability di Indonesia," *Jurnal Ilmu Hukum*, no. 9(2016), 6.

http://repo.unsrat.ac.id/1241/1/PRODUCT_LIABILITY_DAN_PROFESIONAL_LIABILITY.pdf

²⁹ Az Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar* (Jakarta:Diadit Media, 2001), 248.

sebagai tanggung jawab para produsen untuk produk yang dibawanya kedalam peredaran, yang menimbulkan atau menyebabkan kerugian karena cacat dan melekat pada produk tersebut³⁰.

Secara historis, *product liability* atau tanggung jawab produk lahir karena adanya ketidakseimbangan tanggung jawab antara produsen dan konsumen, dimana produsen yang pada awalnya menerapkan strategi *product oriented* dalam pemasaran produknya, harus mengubah strateginya menjadi *consumer oriented*. *Product liability* adalah suatu tanggung jawab secara hukum dari orang atau badan yang menghasilkan suatu produk (*producer, manufacture*) atau dari orang atau badan yang bergerak dalam suatu proses menghasilkan suatu produk (*processor, assembler*) atau orang atau badan yang menjual atau mendistribusikan (*seller, distributor*) produk tersebut³¹. Tanggung jawab tersebut sehubungan dengan produk yang cacat sehingga menyebabkan kerugian bagi pihak konsumen, baik kerugian badaniah, kematian maupun harta benda³². Selain itu, untuk melahirkan suatu tanggung jawab produsen untuk membayar ganti rugi apabila konsumen mengalami kerugian akibat produknya.

Konsep dalam *product liability* untuk menuntut ganti kerugian, konsumen hanya diperlukan untuk menunjukkan bahwa produk tersebut

³⁰ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia* (Jakarta: PT Grasindo, 2006), 80.

³¹ Celina Tri Siwi Kristiyani, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Sinar Grafika, 2011), 100.

³² Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perusahaan* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2006), 491.

cacat ketika diterima oleh konsumen sehingga menyebabkan konsumen mengalami kerugian. Umumnya cacat produk yang dialami konsumen menyebabkan pelaku usaha bertanggung jawab pada cacat produk yang menyebabkan kerugian bagi konsumen³³. *Product liability* memiliki karakter yang bersifat *tort*, konsumen yang menjadi korban atas produk yang diperdagangkan masih harus membuktikan ketiga unsur lainnya, yaitu³⁴ :

- 1) Perbuatan produsen adalah perbuatan melawan hukum.
- 2) Telah timbul kerugian.
- 3) Hubungan kausal antara perbuatan melawan hukum dengan kerugian yang timbul.

Tuntutan akan tanggung jawab produk ini dapat berdasarkan tiga hal yaitu :

- 1) Melanggar jaminan (*breach of warranty*), contohnya manfaat atau rasa tidak sesuai dengan yang tertera pada kemasan produk.
- 2) Adanya kelalain (*negligence*), yaitu dimana produsen lalai untuk memenuhi standart pembuatan produk yang baik dan aman digunakan oleh konsumen. Kelalaian dapat dinyatakan apabila seorang produsen/pelaku usaha tidak dapat membuktikan bahwa pelaku usaha telah berhati-hati dalam produksi barang.

³³Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Banjarmasin: Citra Aditya Bakti, 2010), 119.

³⁴Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konumen*, 105. (footnote kedua, referensi sama)

3) Menerapkan aturan tentang tanggung jawab mutlak (*strict liability*).

Undang-Undang Perlindungan Konsumen pada Pasal 19 ayat (1) pelaku usaha bertanggung jawab untuk memberikan ganti rugi mengenai kerusakan, pencemaran ataupun kerugian yang dialami konsumen yang diakibatkan karena mengkonsumsi barang yang dihasilkan oleh pelaku usaha. Berbicara mengenai cacat/rusak (*defect*) dalam pengertian produk yang cacat/rusak (*defect product*) yang menyebabkan produsen/pelaku usaha harus bertanggung jawab.

Prinsip tanggung jawab produk (*product liability*) merupakan bagian dari prinsip tanggung jawab mutlak (*strict liability*) yang berkaitan dengan produk barang, sedangkan yang berkaitan dengan jasa disebut dengan tanggung jawab profesi (*profesional liability*)³⁵. Prinsip tanggung jawab mutlak (*strict product liability*) merupakan prinsip tanggung jawab yang tidak didasarkan pada aspek kesalahan (*fault/neigligance*) dan hubungan kontrak (*privity of contract*), tetapi didasarkan pada cacatnya produk (*risk based liability*) dan resiko atau kerugian yang diderita konsumen (*risk based liability*). Tujuan dari tanggung jawab mutlak adalah jaminan atas konsekuensi atau akibat hukum dari suatu produk yang mengakibatkan kerugian bagi

³⁵ Rudolf S. Mamengko, "Product Liability dan Profesional Liability di Indonesia," *Jurnal Ilmu Hukum*, no. 9(2016), 3.
http://repo.unsrat.ac.id/1241/1/PRODUCT_LIABILITY_DAN_PROFESIONAL_LIABILITY.pdf

konsumen³⁶.

Meskipun demikian, prinsip *strict product liability* ini masih belum diterapkan, tetapi memiliki peluang untuk diterapkan karena mengingat bahwa baik produsen maupun konsumen beriktikad untuk mendapatkan hak mereka dalam perlindungan hukum³⁷.

5. Fiqh Muamalah

a. Pengertian Fiqh Muamalah

Fiqh muamalah merupakan kata majemuk yang terdiri dari kata *fiqh* dan *muamalah*. Secara etimologi fiqh berarti paham, mengetahui dan melaksanakan. Kata muamalah berasal dari bahasa Arab (يعامل – معاملة – عامل) yang secara etimologi sama dan semakna *al-mufa'alah* (saling berbuat). Secara terminologi *fiqh muamalah* adalah hukum-hukum yang berkaitan dengan tindakan yang dilakukan oleh manusia dalam hal yang berkaitan dengan hartanya, seperti jual beli, sewa-menyewa, gadai dan lain-lain³⁸. Pada dasarnya muamalah diperbolehkan, kecuali terdapat nash/dalil yang mengharamkannya, sebagaimana firman Allah Swt dalam Q.S. Yunus : 59

قُلْ أَرَأَيْتُمْ مَا أَنْزَلَ اللَّهُ لَكُمْ مِنْ رِزْقٍ فَجَعَلْتُمْ مِنْهُ حَرَامًا وَحَلَالًا قُلْ اللَّهُ أَدْنَىٰ لَكُمْ أُمَّ

³⁶ Inosentius Samsul, *Hukum Perlindungan Konsumen Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak* (Jakarta: Universitas Indonesia, 2004), 227.

³⁷ Yudha Hadian Nur dan Dwi Wajyuniarti prabowo, “Penerapan Prinsip Tanggung Jawab Mutlak (strict liability) dalam rangka perlindungan konsumen,” *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, no. 2(2011), 183. <https://jurnal.kemendag.go.id/bilp/article/download/127/85/>

³⁸ Sri Sudiarti, *Fiqh Muamalah Kontemporer* (Sumatra Utara:FEBI UIN-SU Press, 2018), 7.

عَلَى اللَّهِ تَفَتَّرُونَ

Artinya : Katakanlah: "Terangkanlah kepadaku tentang rezeki yang diturunkan Allah kepadamu, lalu kamu jadikan sebagiannya haram dan (sebagiannya) halal". Katakanlah: "Apakah Allah telah memberikan izin kepadamu (tentang ini) atau kamu mengada-adakan saja terhadap Allah?".

b. Prinsip-Prinsip Muamalah

Prinsip-prinsip muamalah didasarkan pada Q.S. An-Nisa : 29

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

وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

Prinsip yang terdapat dalam fiqh muamalah dirumuskan sebagai berikut³⁹ :

1. Seluruh tindakan muamalah dilakukan atas dasar nilai-nilai ketuhanan (tauhid).
2. Muamalah harus didasarkan pada pertimbangan moral atau akhlakul karimah, yang mana setiap transaksi harus berlandaskan nilai kejujuran (*shidiq*), keterbukaan (*tabligh*), kasih sayang (*rahmah*), kesetiakawanan (*ukhwah*), suka sama suka (*ridha*), persamaan

³⁹ Prilla Kurnia Ningsih, *Fiqh Muamalah* (Depok:PT RajaGrafindo Persada, 2021),15-16.

(*musawah*), tanggung jawab (*amanah*), dan profesional (*fathanah/itqan*).

3. Dalam transaksi bisnis atau muamalah tidak mengandung unsur riba, penipuan(*tadlis*), ketidakpastian (*gharar/taghrir*), penganiayaan/ pemerasan (*dhulm*), paksaan (*ikhrah*), penyogokan (*risywah*) dan unsur yang merugikan. Kemudian Rasulullah Saw bersabda mengenai dilarangnya jual beli gharar yang diriwayatkan oleh Abu Hurairoh yang berbunyi :

هَي رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْخِصَاةِ وَعَنْ بَيْعِ الْعَرْرِ

Artinya : “Rasulullah Shallallahu ‘alaihi wa sallam melarang jual beli al-hashah dan jual beli gharar”.

4. Hukum asal muamalah adalah diperbolehkan, terkecuali terdapat nash/dalil yang mengharamkannya.
5. Muamalah dilakukan atas dasar sukarela.
6. Muamalah dilakukan atas dasar menarik manfaat dan menjauhkan dari segala mudharat, sebagaimana kaidah fiqhiyah :

الضرر يزال

Artinya : “Kemudharatan harus dihilangkan”.

7. Muamalah dilakukan atas dasar menegakkan keadilan.

c. **Jual Beli**

Jual beli ialah menukar sesuatu dengan sesuatu. Sedangkan berdasarkan pendapat istilah adalah menukar harta dengan harta berdasarkan pendapat cara-cara yang telah ditetapkan syara'⁴⁰. Dasar hukum jual beli adalah halal dan diperbolehkan, hal ini sesuai dengan Q.S. Al-Baqarah (2) : 275.

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya : “Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”. (Q.S. Al-Baqarah : 275).

Rukun jual beli

- 1) Penjual dan Pembeli (*Aqidain*).
- 2) Barang yang diperjual belikan (*Ma'qud alaih*).
- 3) Alat nilai tukar pengganti.
- 4) Ijab Qobul.

Syarat jual beli

- 1) Penjual dan pembeli adalah orang yang sudah baligh dan berakal.
- 2) Atas kehendak sendiri, bukan atas paksaan orang lain.
- 3) Penjual dan pembeli haruslah dua orang, tidak sah jual beli sendirian.
- 4) Barang yang dijual harus milik sempurna (milik sendiri).

⁴⁰ Akhmad Farru Hasan, *Fiqh Muamalah dari Klasik hingga Kontemporer* (Malang : UIN-Maliki Press, 2018), 29.

- 5) Barang yang dijual harus suci zatnya menurut syara'.
- 6) Barang yang diperjual belikan harus diperoleh dengan cara halal.

Khiyar dalam jual beli

Secara bahasa khiyar memiliki arti memilih mana yang lebih baik dari dua hal atau lebih. Khiyar didefinisikan hak para pihak yang bertransaksi memilih untuk melangsungkan atau membatalkan transaksinya sesuai dengan syarat dan sebab - sebab tertentu. Dalam KHES mendefinisikan khiyar adalah hak pilih bagi penjual dan pembeli untuk melanjutkan atau membatalkan akad jual beli yang dilakukannya. Khiyar memiliki tujuan memberikan hak kepada pihak penjual dan pembeli agar tidak mengalami kerugian atau penyesalan dikemudian hari dikarenakan faktor tertentu baik berupa harga, kualitas maupun kuantitas objek transaksi⁴¹. Berikut beberapa jenis khiyar menurut para ulama⁴² :

1) Khiyar Majlis

Pemilihan jenis ini adalah pemilihan yang dilakukan dalam majelis akad jual beli. Dimana kedua belah pihak memiliki hak untuk memilih antara meneruskan atau membatalkan jual beli tersebut. Hal ini sebagaimana yang telah diriwayatkan oleh Rasulullah Saw :

عَنْ ابْنِ عُمَرَ عَنْ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَنَّهُ قَالَ: إِذَا تَبَايَعَ الرَّجُلَانِ فَكُلُّهُ

⁴¹ Andri Soemitra, *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah* (Jakarta: Kencana, 2019), 52.

⁴² Prilia Kurnia Ningsih, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: PT RajaGrafindo, 2021), 105.

وَاحِدٍ مِنْهُمَا بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا وَكَانَا جَمِيعًا أَوْ يُخَيَّرُ أَحَدُهُمَا الْآخَرَ فَإِنْ خَيَّرَ أَحَدُهُمَا

الْآخَرَ فَتَبَايَعَا عَلَى ذَلِكَ فَقَدْ وَجِبَ الْبَيْعُ وَإِنْ تَفَرَّقَا بَعْدَ أَنْ تَبَايَعَا وَمَ يَتْرُكُ وَاحِدٌ

مِنْهُمَا الْبَيْعَ فَقَدْ وَجِبَ الْبَيْعُ. - رواه البخاري ومسلم

Artinya : “Dari Ibnu Umar ra. dari Rasulullah Saw, bahwa beliau bersabda, Apabila ada dua orang yang melakukan transaksi jual beli, maka masing - masing dari mereka (mempunyai) hak khiyar, selama mereka belum berpisah dan mereka masih berkumpul atau salah satu pihak memberikan hak khiyarnya kepada pihak yang lain. Namun jika salah satu pihak memberikan hak khiyar kepada orang lain lalu terjadi jual beli , maka jadilah jual beli itu, dan jika mereka telah berpisah sesudah terjadi jual beli itu, sedang salah seorang diantara mereka tidak (meninggalkan) jual belinya, maka jual beli telah terjadi (juga)” (H.R. Bukhari dan Muslim)

2) Khiyar Syarat

Khiyar syarat adalah hak memilih berdasarkan persyaratan.

Pada saat akad jual beli, maka pembeli atau penjual dapat memilih atau meneruskan atau membatalkan proses transaksi jual beli dengan batasan waktu yang ditentukan. Setelah waktu yang ditentukan tiba, maka proses transaksi jual beli itu wajib dipastikan untuk dilanjutkan atau tidak. Berikut adalah Hadis yang berkaitan dengan khiyar syarat sebagai berikut:

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ الْحَارِثِ عَنِ حَكِيمِ بْنِ حِزَامٍ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ

قَالَ: الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَفْتَرَقَا فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَّا بُورِكَ لُهُمَا فِي بَيْعِهِمَا وَإِنْ كَتَمَا

وَكَذَبًا مُحِقَّتِ الْبَرَكَةُ مِنْ بَيْعِهِمَا. قَالَ أَبُو دَاوُدَ حَتَّى يَتَفَرَّقَا أَوْ يَخْتَارَ. — رواه أبو

داود

Artinya : “Dari Abdillah bin al-Harits, dari Hakim bin Hizam bahwasanya Rasulullah Saw. bersabda : Dua orang yang melakukan jual beli mempunyai hak khiyar dalam jual belinya selama mereka belum berpisah, jika keduanya jujur dan keduanya menjelaskannya (transparan), niscaya diberkahi dalam jual beli mereka berdua, dan jika mereka berdua menyembunyikan atau berdusta, niscaya akan dicabut keberkahan dari jual beli mereka berdua. Abu Daud berkata “sehingga mereka berdua berpisah atau melakukan jual beli dengan akad Khiyar.” (H.R. Bukhari dan Muslim).

3) Khiyar Aib

Khiyar aib adalah hak pilih karena adanya cacat pada barang. Hal ini untuk memilih, bisa membatalkan atau meneruskan akad jual beli jika ada kecacatan (aib) pada objek atau barang yang diperjual belikan. Hal ini terjadi karena pembeli tidak mengetahui kecacatan pada saat terjadinya akad. Apabila pembeli baru mengetahui adanya kecacatan setelah terpisah dengan penjual, maka pembeli memiliki hak untuk meminta ganti barang kepada penjual yang sesuai dengan perjanjian atau berupa pengembalian uang sesuai dengan kerusakan tersebut.

d. Perlindungan Konsumen Persepektif Fiqh Muamalah

Upaya untuk menjamin kepentingan konsumen, Islam memasukkan perlindungan sebagai sebuah prinsip dalam bermuamalah. Dimana jenis

perlindungan tersebut ditinjau dari penipuan kualitas barang, kuantitas barang, penjualan barang yang tidak pasti, perolehan keuntungan secara penipuan. Dalam Islam perlindungan didasarkan atas Hadis Nabi Muhammad Saw yang bersabda :

“Tidak halal bagi seorang yang menjual sesuatu barang jualan melainkan ia telah menjelaskan keadaan barang yang dijualnya, dan tidak harus bagi sesiapa yang mengetahui perkara tersebut (kecacatan pada barang yang dijual) melainkan ia menerangkannya”.

Dari hadis tersebut, merupakan wujud dari Islam ini memberikan perlindungan kepada konsumen akan barang yang dijual oleh pelaku usaha. Hadis diatas merupakan suatu perintah bahwa pelaku usaha harus menjelaskan mengenai kondisi barang yang sebenarnya dan tidak ada diperbolehkan pelaku usaha menyembunyikan kecacatan dari suatu barang yang dijualnya, jual beli seperti ini dilarang Nabi Muhammad Saw:

“Nabi Saw melalui satu longgokan jualan lalu baginda menyeluknya maka didapati jualan bawahnya adalah basah (tidak baik). Nabi Saw pun bertanya: Apa ini wahai penjual? Jawab penjual: Ia basah terkena hujan wahai Rasulullah. Nabi Saw bersabda: Kenapa yang basah tidak diletakkan di atas supaya pembeli tahu? Barangsiapa menipu maka dia bukan daripada golongan kami.

Jual beli dalam Islam harus didasarkan oleh suka sama suka, dan keridhoan masing-masing pihak. Selain itu jual beli dalam Islam harus terhindarkan dari unsur-unsur yang merugikan seperti halnya penipuan , pemaksaan dan unsur yang merugikan. Karena jika dalam jual beli terdapat unsur yang merugikan hal tersebut menyebabkan akad dalam transaksi jual tersebut menjadi rusak dan tidak sah. Allah Swt berfirman

dalam surah Al-A'raf ayat : 85 yaitu :

وَإِلَىٰ مَدْيَنَ أَخَاهُمْ شُعَيْبًا قَالَ يَا قَوْمِ اعْبُدُوا اللَّهَ مَا لَكُم مِّنْ إِلَٰهٍ غَيْرُهُ قَدْ جَاءَتْكُم بَيِّنَةٌ مِّن رَّبِّكُمْ

فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ

إِصْلَاحِهَا ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنتُمْ مُؤْمِنِينَ

Artinya : “Dan (kami telah mengutus) kepada penduduk Madyan saudara mereka, Syuaib. Ia berkata: "Hai kaumku, sembahlah Allah, sekali-kali tidak ada Tuhan bagimu selain-Nya. Sesungguhnya telah datang kepadamu bukti yang nyata dari Tuhanmu. Maka sempurnakanlah takaran dan timbangan dan janganlah kamu kurangkan bagi manusia barang-barang takaran dan timbangannya, dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi sesudah Tuhan memperbaikinya. Yang demikian itu lebih baik bagimu jika betul-betul kamu orang-orang yang beriman”.

Mengenai produk yang cacat dalam Islam dilarang untuk menjualkannya, kecuali disertai dengan penjelasan kepada konsumen bahwa barang tersebut terdapat kecacatan, sebagaimana Hadis Rasulullah sebagai berikut:

المسلم أخو المسلم لا يَحِلُّ لِمُسْلِمٍ بَاعَ مِنْ أَخِيهِ بَيْعًا وَفِيهِ عَيْبٌ الْأَنْيَلَةَ

Artinya : “Orang muslim adalah saudara orang muslim lainnya. Tidaklah halal bagi seorang muslim untuk menjual kepada saudaranya sesuatu yang memiliki cacat kecuali ia menjelaskannya”.

Dari hadis tersebut, Rasulullah Saw melarang pelaku usaha untuk memperedarkan produk yang cacat , dimana hal ini sebagai wujud untuk melindungi para konsumen dari kerugian yang dialami akibat cacat

produk.

e. Tanggung Jawab Perspektif Fiqh Muamalah

Tanggung jawab pelaku usaha berkaitan dengan tindakan ganti rugi yang wajib dilakukan oleh seorang pelaku usaha akibat kerugian yang telah dialami konsumen. Kerugian konsumen atau bahaya fisik yang diderita oleh konsumen yang dikarenakan cacat produk maupun penipuan merupakan hal yang tidak dibenarkan, maka pelaku usaha dituntut melakukan ganti rugi. Dalam fiqh muamalah ganti rugi dikategorikan menjadi lima bagian, diantaranya :

- 1) Ganti rugi karena kerusakan (*Dhaman Itlaf*).
- 2) Ganti kerugian karena transaksi (*Dhaman 'Aqdin*).
- 3) Ganti rugi karena perbuatan (*Dhaman Wadh'u Yadin*).
- 4) Ganti rugi karena penahanan (*Dhaman al-Hailulah*).
- 5) Ganti rugi karena tipu daya (*Dhaman al-Maghrur*).

Ganti rugi terhadap kerugian yang berhubungan dengan jiwa disebut *jawabir al-dharar al-badaniyah* yang mencakup kehilangan jiwa, kehilangan anggota badan, atau fungsi keduanya. Oleh fuqoha *Jawabir al-dhararal-badaniyah* disebut dengan *diyat* (ganti rugi pembunuhan), *ursy al-muqaddarah wa gairu al-muqaddarah* (denda luka yang sudah ditetapkan dalam nash). Ganti rugi model ini sering disebut *hukumatu 'adl*

karena ukuran kualitas diserahkan kepada otoritas peradilan yang adil⁴³. Adapun ganti rugi yang berkaitan dengan harta (*Jawabir al-darar al-maliyah*) seperti perampasan, perusakan terhadap barang atau manfaatnya mencakup dua hal yaitu :

- 1) *Jawabir naqdiyah* yaitu ganti rugi dengan mengembalikan nilai jual barang (*al-qimah*).
- 2) *Jawabir 'ainiyah*, yaitu ganti rugi dengan mengembalikan barang itu sendiri, atau menggantinya dengan barang yang sama dalam kasus-kasus perampasan dan penguasaan terhadap harta orang lain secara tidak legal.

⁴³Jaya Miharja, “ Konsep Ganti Rugi Perspektif Hukum Islam,” *Muamalat*, no. 2(2016), 144-145
<https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/muamalat/article/download/1997/1036/4264>

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian yang bersifat empiris. Penelitian hukum empiris mengkaji hukum yang dikonsepsikan sebagai perilaku nyata (*actual behavior*), sebagai gejala sosial yang sifatnya tidak tertulis, yang dialami oleh setiap orang dalam kehidupan masyarakat. Maka dari itu penelitian hukum empiris disebut dengan penelitian hukum yang bersifat sosiologis. Penelitian hukum empiris merupakan suatu metode penelitian hukum yang berfungsi untuk melihat hukum dalam artian nyata dan meneliti bagaimana bekerjanya hukum di lingkungan masyarakat⁴⁴. Penggunaan jenis penelitian hukum empiris digunakan oleh penulis dikarenakan menemukan persoalan transaksi yang terjadi antara pelaku usaha dan konsumen mlijo.malang yang berupa fakta kerugian yang dialami oleh para konsumen, konsumen yang mengalami kerugian tersebut harus mendapatkan pertanggungjawaban pelaku usaha yang akan dikaji

⁴⁴Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum* (Mataram: Mataram University Press, 2020), 80-83.

dengan menggunakan persepektif hukum.

B. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian yuridis sosiologis. Penelitian hukum yuridis sosiologis adalah penelitian hukum dengan menggunakan ilmu-ilmu sosial sebagai alat bantu. Penelitian hukum yuridis sosiologis bisa disebut dengan *social-legal* yang mendekatkan hukum kepada manusia ataupun masyarakat sebagai subjek. Pendekatan yuridis sosiologis memaknai hukum sebagai hasil pemikiran antara teks dan konteks, atau antara *nash* dan realitas (*al-indimaj bainan nash wa al-waqi*)⁴⁵.

Penelitian ini menggambarkan analisis kesesuaian bentuk tanggung jawab pelaku usaha mlijo.malang terhadap kerugian konsumen berdasarkan ketentuan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Maka dari itu penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis sosiologis dengan menggunakan masyarakat sebagai subjek untuk dapat diambil informasinya dengan melakukan wawancara kepada pihak-pihak yang bersangkutan.

C. Lokasi Penelitian

⁴⁵Muhammad Chairul Huda, *Metode Penelitian Hukum* (Semarang : The Mahfud Ridwan Institute, 2021), 21.

Penelitian menggunakan objek *Platform Instagram* dengan nama akun *mlijo.malang* yang memiliki *offlinestore* dengan nama sumber jaya grosir yang berlokasi di Sumber Jaya Grosir Jl. Raya Semanding No. 24, Semanding, Sumbersekar, Kec. Dau, Kabupaten Malang. Alasan peneliti melakukan penelitian di tempat tersebut dikarenakan Sumber Jaya Grosir selain melayani penjualan sembako dalam sistem tradisional juga melayani penjualan sembako melalui *e-commerce* yang didukung dengan sistem niaga cepat. Kemudian dalam penjualan melalui *e-commerce* ditemukan adanya pelanggaran hak-hak konsumen saat melakukan transaksi.

D. Sumber Data

Penggunaan sumber data dalam melakukan penelitian ini adalah dua sumberdata. Yaitu diantaranya :

1. **Data Primer** merupakan data yang diperoleh dari lapangan dengan melibatkan sumber utama seperti responden, informan dan narasumber. Data Primer adalah sebuah data yang langsung didapatkan dari sumber data atau dapat dikatakan sebuah data yang dihasilkan dari pengamatan peneliti. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dengan melakukan metode wawancara. Wawancara dilakukan dengan owner dan konsumen yang menjadi pelanggan dari *Platform Instagram mlijo.malang*.
2. **Data Sekunder** adalah berbagai informasi yang telah ada

sebelumnya dan dengan sengaja dikumpulkan oleh peneliti yang digunakan untuk melengkapi kebutuhan data penelitian. Dalam penelitian ini data sekunder yang diperlukan seperti :

- a. Buku yang berkaitan dengan hukum perlindungan konsumen, hak-hak konsumen, hukum perusahaan, *e-commerce*, fiqh muamalah dan hukum perjanjian syariah.
- b. Jurnal yang berkaitan *product liability*, tanggung jawab pelaku usaha, *e-commerce* dan perlindungan konsumen.
- c. Peraturan Perundang-Undangan yaitu Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, Undang-Undang Nomor 7 tahun 2014 tentang perdagangan, Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah dan KUHPer.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu metode ataupun cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan atau memperoleh suatu data. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan mengumpulkan fakta - fakta sosial yang akan dijadikan sebagai bahan kajian⁴⁶. Untuk mengumpulkan data lapangan, teknik pengumpulan data yang digunakan diantaranya:

1. Wawancara

⁴⁶ Bahder Johan Nasution, *Metode Penelitian Ilmu Hukum* (Bandung:CV.Mander Maju, 2008),166.

Melakukan kegiatan wawancara langsung dalam pengumpulan fakta sosial sebagai bahan kajian ilmu empiris dilakukan dengan cara tanya jawab langsung dengan susunan pertanyaan yang disusun dengan sistematis, jelas dan terarah sesuai dengan pembahasan dalam penelitian. Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi yang akurat dari sumber yang telah ditetapkan sebelumnya. Semua keterangan yang ada didapatkan dicatat ataupun direkam dengan baik. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan dua pihak yang keduanya memiliki keterlibatan dalam melakukan transaksi *quick commerce* mlijo.malang, diantaranya wawancara tersebut dilakukan dengan :

- a) Ridha P selaku owner di *Platform Instagram* Mlijo.malang.
- b) Intan selaku konsumen Mlijo.malang.
- c) Lailatur selaku konsumen Mlijo.malang.
- d) Itsna selaku konsumen Mlijo.malang.

2. Observasi

Observasi atau survey lapangan dilakukan dengan maksud dan tujuan untuk mengkaji hipotesis dengan cara mempelajari dan memahami tingkah laku hukum masyarakat yang dicermati dengan mata kepala. Dalam penelitian ini observasi berdasarkan pengamatan komplain konsumen dimulai bulan april sampai juli melalui *platform Instagram* akun mlijo.malang.

3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data penelitian melalui sejumlah dokumen (informasi yang didokumentasikan) berupa dokumen tertulis maupun dokumen terekam⁴⁷. Dalam penelitian ini dokumentasi yang diperlukan untuk mendukung adalah buku-buku, catatan dan peraturan perundang-undangan yang memiliki keterkaitan dengan pembahasan ini.

4. Teknik Analisis Data

Teknik Analisis data merupakan tahapan yang dilakukan setelah data terkumpul. Menurut Sugiyono adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat simpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain⁴⁸. Teknik analisis data dalam penelitian ini dengan menggunakan bentuk analisis data Huberman dan Miles dengan :

1. Reduksi Data

Reduksi data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan menyeleksi, memilih dan merangkum hasil wawancara

⁴⁷ Rahmadi, *Pengantar Metodeologi Penelitian* (Banjarmasin : Antasari Press, 2011), 85.

⁴⁸ Hardani, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Yogyakarta : CV. Pustaka Ilmu, 2020), 162.

dengan narasumber mengenai data atau informasi yang berkesinambungan dengan kerugian konsumen dan bentuk tanggung jawab mlijo.malang akibat transaksi yang menyebabkan kerugian konsumen.

2. Penyajian Data

Peneliti melakukan penyajian data yang telah dirangkum menjadi suatu hasil informasi mengenai kesesuaian bentuk tanggung jawab pelaku usaha mlijo.malang mengenai kerugian konsumen dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, sehingga dapat dipahami informasinya dengan jelas.

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi.

Penarikan kesimpulan dalam penelitian ini yaitu membandingkan uraian yang dirumuskan dengan hasil analisis data mengenai bentuk tanggung jawab pelaku usaha terhadap kerugian konsumen saat transaksi di mlijo.malang. Sedangkan verifikasi dalam penelitian ini yaitu dengan memastikan data yang dimasukkan sudah sesuai dengan hasil wawancara dengan konsumen dan pelaku usaha Mlijo.malang.

BAB IV

HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Transaksi Jual beli di *platform Instagram mlijo.malang*.

Mlijo.malang merupakan sebuah *Platform Instagram* online yang berada di kota Malang. Dalam *Platform Instagram* tersebut menyediakan produk kebutuhan rumah tangga. Produk yang dijual dalam *Platform Instagram* tersebut seperti : beras, minyak, sayuran segar, daging, ikan segar, tempe, telur, *frozen food*, bahan kue, mie instant, bumbu dapur, tepung serta buah-buahan⁴⁹. Dengan adanya sayur online (mlijo.malang) dapat memudahkan para konsumen, karena untuk memperoleh produk yang diinginkan konsumen dapat melakukan pemesanan secara online melalui *Platform Instagram* sayur online (mlijo.malang) dan barang yang dipesan oleh konsumen akan diantarkan kepada konsumen.

Platform Instagram sayur online (mlijo.malang) dalam melayani konsumen menyediakan beberapa pilihan *Platform* yang dapat dipilih

⁴⁹ Ridha P, wawancara, (Malang, 5 Desember 2022)

oleh konsumen, yaitu dapat melalui⁵⁰:

1. Shopee (sembako.malang)
2. WhatsApp (08974220050)
3. Web Toko (sumberjayagrosir.com)
4. Tokopedia (Sembako Malang)

Latar belakang didirikannya mlijo.malang atau urgensi yang menjadikan pelaku usaha menjualkan sayur dalam *e-commerce* disebabkan oleh beberapa faktor :

1. Wujud mengikuti perkembangan zaman dengan teknologi yang semakin canggih, untuk persaingan bisnis yang semakin tinggi.
2. Perilaku kosumen yang berubah, dimana sekarang banyak konsumen yang lebih suka belanja online daripada belanja secara tradisional.

Sebagaimana yang dijelaskan owner mlijo.malang yaitu Ridha Putri kepada peneliti :

“Awalnya ditoko ini memang jualan sembako saja tapi seiring berkembangnya teknologi juga mempengaruhi perilaku konsumen yang lebih suka belanja secara online, selain belanja online konsumen juga suka belanja dengan *one stop shopping*. Jadi sebagai pelaku usaha juga harus mengikuti dengan menyediakan jual beli melalui *platform* agar tidak tertinggal dan kalah bersaing”⁵¹.

⁵⁰ Diakses pada 7 juli 2023,

https://instabio.cc/mlijomalang?fbclid=PAAAa5Pz077ID3pThZblXnDwUOHjZYxoQz0bpEEbOpyY2_lcAN6Jig0mHLpNA

⁵¹ Ridha Putri, wawancara, (Malang, 22 Juni 2023)

Konsep *one stop shopping* adalah konsep berbelanja kebutuhan suatu produk dalam satu tempat atau sekali pemberhentian, yaitu suatu konsep dimana sebuah pusat perbelanjaan ataupun sejenisnya yang menyediakan atau menjual suatu produk secara dominan dan dilengkapi dengan produk terkait⁵². *One stop shopping* memiliki tujuan untuk meningkatkan penjualan dengan menciptakan serta memberikan suasana lingkungan store yang nyaman, dan bersih, pelayanan yang ramah dengan harga yang terjangkau, tata letak barang yang teratur dan rapi, memberikan edukasi terhadap barang-barang serta menciptakan *one stop service* terhadap segala kebutuhan⁵³. *mlijo.malang* juga menyediakan beberapa produk kebutuhan yang sangat lengkap dengan dilatar belakangi permintaan konsumen yang menginginkan *one stop shopping*.

“*Mlijo malang* dulu menyediakan akun terpisah untuk sayur dan sembako. Tapi ternyata konsumen lebih menghendaki berbelanja satu akun itu yang menyediakan banyak kebutuhan, sehingga kita ciptakan satu akun untuk memenuhi perilaku konsumen yang suka dengan sistem belanja *one stop shopping* di satu akun belanja”⁵⁴.

Konsumen dapat memperoleh produk yang diperjual belikan dalam Platform Instagram *mlijo.malang* seperti : shopee, tokopedia, web *Mlijo.malang* dan whatsapp dengan memilih metode pengiriman yang intant

⁵² Catarina Cori, Tresia, “Analisis Strategi *One Stop Shopping* dalam memenuhi kepuasan pelanggan *summarcon Mall Bekasi*,” *Cidea*, no.1 (2022) :3

<https://jurnal2.untagsmg.ac.id/index.php/cidea/article/view/76>

⁵³ Catarina Cori, Tresia, “Analisis Strategi *One Stop Shopping* dalam memenuhi kepuasan pelanggan *summarcon Mall Bekasi*,” *Cidea*, no.1 (2022) : 6

<https://jurnal2.untagsmg.ac.id/index.php/cidea/article/view/76>

⁵⁴ Ridha Putri, wawancara, (Malang, 22 Juni 2023)

atau reguler. Untuk pemesanan melalui shopee dan tokopedia kurir telah otomatis dari shopee atau tokopedia, sesuai dengan *Platform Instagram* pemesanan konsumen. Untuk pemesanan melalui web dan whatsapp menggunakan kurir pribadi milik toko.

“Untuk kurir itu otomatis tergantung Platform yang digunakan oleh konsumen, terdapat pilihan untuk pengiriman intant atau reguler. Kalau untuk kurir akan tergeneral dengan sendirinya entah ke grab express atau ke shopee express. Kalau untuk pembelian melalui web toko atau melalui whatsapp itu memakai kurir toko yang telah disediakan”⁵⁵.

Mlijo.malang dalam menawarkan produk atau menjelaskan produk kepada konsumen yaitu dengan cara memakai foto sendiri atau *real picture* (gambar asli). Kemudian melakukan pengambilan video terkait produk yang diperdagangkan dengan didukung media sosial Instagram. Hal ini dilakukan oleh pelaku usaha karena para konsumen tidak dapat memilih ataupun melihat secara langsung.

“Penjualan kita yang melalui online menyebabkan para konsumen tidak dapat memilih produk secara langsung, maka kita kirimkan *real picture* dan kita sediakan videonya untuk barang yang akan kita kirimkan kepada konsumen. Untuk promosi kita dukung dengan update story di Whatsapp dan Instagram”⁵⁶.

Mlijo.malang menggunakan sistem pengiriman cepat dikarenakan barang yang dijual dalam *Platform Instagram* mlijo.malang berupa produk sembako, sayuran dan lauk pauk. Jika tidak segera dikirimkan dikhawatirkan akan merusak kondisi produk tersebut. *Quick commerce*

⁵⁵ Ridha P, wawancara, (Malang, 22 Juni 2023)

⁵⁶ Ridha Putri, wawancara, (Malang, 22 Juni 2023)

atau niaga cepat, merupakan sebuah sub bisnis dari *e-commerce* yang memfokuskan pada pengiriman barang yang sesuai dengan permintaan konsumen, yaitu dalam waktu singkat. Mlijo.malang menerapkan sistem pengiriman barang yang dikirim saat itu (*someday*) juga dengan ketentuan ketika para konsumen melakukan pemesanan dibawah jam 8 pagi. Untuk pemesanan diatas jam 9 akan mengikuti pengiriman di hari berikutnya.

“Untuk pesanan konsumen langsung dikirimkan, hal ini karena produk yang dijual belikan adalah sayuran yang mudah rusak. Maka dari itu kita menggunakan sistem pengantaran yang cepat agar produk tersebut masih terjaga kualitasnya. Karena kalau dikirim diatas jam 12 siang tentunya kualitasnya menurun. Jadi kita menerima pesanan dibawah jam 8 pagi maka akan kita kirimkan hari itu juga”⁵⁷.

Q-commerce menjanjikan pengiriman barang dengan waktu yang singkat. Maksimal satu atau dua jam setelah barang dipesan oleh konsumen⁵⁸. Para konsumen mlijo malang dapat mendapatkan barangnya dalam rentang waktu satu jam sampai dua jam setelah pemesanan, rentang waktu penerimaan barang oleh konsumen juga didasarkan rute kurir yang mengantarkan.

“Pengiriman 1 jam diperjalanan, bisa juga sampai maksimal 2 jam karena ditentukan juga letak rumah konsumen. Karena rute pengiriman dimulai dari rumah yang terdekat dari toko”⁵⁹.

Platform Instagram mlijo.malang membantu para konsumen dapat melakukan pembelian kebutuhan rumah tangga dari rumah dan melakukan

⁵⁷ Ridha Putri, wawancara, (Malang, 22 Juni 2023)

⁵⁸ Hino Kertapati, “Mengenal Beda Quick Commerce dengan E-Commerce,” *Indiekraf*, 11 mei 2022, diakses 24 juni 2023, <https://indiekraf.com/mengenal-beda-quick-commerce-dengan-e-commerce/>

⁵⁹ Ridha Putri, wawancara, (Malang, 22 Juni 2023)

transaksi melalui media digital tanpa harus hadir atau bertemu pihak penjual.

Fenomena *quick commerce* di mlijo.malang yang menggunakan pengiriman yang relatif singkat seharusnya tidak menyebabkan produk tersebut cacat maupun rusak, jika sistem pengiriman cepat tersebut dapat terealisasi. Permasalahan konsumen yang ada di mlijo.malang yaitu mengenai kualitas barang ataupun produk yang tidak sesuai dengan yang diperjanjikan. Misalnya sayuran yang sudah layu, udang yang sudah rusak dan ikan yang sudah tercium bau tidak sedap. Padahal seharusnya dengan pengiriman yang cepat tidak menyebabkan kerusakan pada produk tersebut dikarenakan rentang waktu pengirimannya hanya satu sampai dua jam saja. Apalagi produk tempe yang tidak mungkin akan busuk jika hanya rentang waktu yang singkat, kecuali terdapat hal lain yang menyebabkan hal tersebut terjadi.

Penelitian ini dilakukan karena peneliti menemukan para komentar konsumen disalah satu *Platform Instagram* mlijo.malang yang melakukan komplain karena kerugian yang dialami konsumen akan ketidaksesuaian kondisi produk. Dimana konsumen ini merasa dikecewakan dan dirugikan oleh hal kondisi produk yang rusak. Kerusakan produk yaitu meliputi : kondisi telur yang pecah, produk tempe yang sudah busuk, ikan yang sudah berbau, sayur yang sudah layu dan lain sebagainya.

“Komplain yang masuk dari beberapa konsumen kebanyakan mengenai

kondisi telur yang pecah, kondisi tempe yang busuk dan tahu yang rasanya sudah berubah menjadi masam”⁶⁰.

Kerugian yang dialami konsumen mlijo.malang adalah produk yang dikirimkan tersebut dalam keadaan yang rusak ketika sampai pada tangan konsumen. Sebagai pelaku usaha mlijo.malang sudah menerapkan prinsip kehati-hatian karena produk sebelum dikirimkan ke konsumen difoto terlebih dahulu untuk dikirimkan kepada konsumen sebagai informasi kondisi produk yang dikirimkan oleh mlijo.malang.

“Mlijo malang berupaya untuk menjaga kualitas barang yang dikirimkan, karena kalau sampai menyebabkan konsumen itu kecewa dan memberi rating yang buruk itu akan merugikan mlijo malang sendiri karena rating akan turun. Kalau kualitas barangnya sedang turun karena cuaca atau faktor lain, kita biasanya mengosongkan produk tersebut dan tidak dijual belikan”⁶¹.

Berbicara kerugian yang dialami konsumen, berarti konsumen konsumen tidak mendapat haknya sesuai dengan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Dalam pasal 4 UUPK, konsumen berhak mendapatkan hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Kemudian konsumen juga berhak mendapatkan hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.

Dalam wawancara yang dilakukan oleh peneliti, pelaku usaha memahami tentang kewajibannya dan memahami mengenai hak-hak konsumen. Karena sebagai pelaku usaha sendiri selalu memposisikan jika pelaku usaha menjadi

⁶⁰ Ridha P, wawancara, (Malang, 22 Juni 2023)

⁶¹ Ridha Putri, wawancara, (Malang, 22 Juni 2023)

konsumen, yang mana jika hak-haknya tidak dipenuhi otomatis membuat konsumen merasa dilanggar haknya. Sehingga berbicara mengenai hak-hak konsumen pelaku usaha mlijo.malang selalu memperlakukan konsumen dengan pantas dan baik sesuai dengan haknya sehingga tidak menimbulkan kekecewaan tersendiri bagi konsumen. Bahkan sebagai pelaku usaha mlijo.malang selalu melakukan konfirmasi kepada konsumen apabila barang yang dipesan kosong. Pelaku usaha Mlijo.malang akan menawarkan penggantian dana (refund dana) / penggantian barang jika barang yang dipesan konsumen kosong.

“Penjualan mlijo malang ini melalui *e-commerce*, jadi kita berupaya untuk memberikan pelayanan kepada konsumen sebaik mungkin agar konsumen tidak kecewa. Kalau barang yang dipesan konsumen itu kosong kita konfirmasi dulu kepada konsumen mau diganti barang lain atau diganti uang, jadi nggak langsung dikirim apa adanya karena takut menimbulkan kekecewaan bagi konsumen, kita harus tetap mengindahkan hak-hak konsumen kita”⁶².

Kegiatan jual beli dengan konsumen tidak dapat dilepaskan dari unsur tanggung jawab sebagai pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen. Pelaku usaha berkewajiban melakukan ganti rugi apabila terdapat konsumen yang dirugikan akibat barang dan/atau jasa yang dihasilkannya.

Pasal 1365 KUHPerdara menyatakan :

“Tiap perbuatan yang melanggar hukum dan membawa kerugian orang lain, mewajibkan orang yang menimbulkan kerugian itu karena kesalahannya untuk menggantikan kerugian tersebut ”⁶³.

⁶² Ridha Putri, wawancara, (Malang, 22 Juni 2023)

⁶³ Pasal 1365 Kitab Undang – Undang Hukum Perdata

Secara perdata tanggung jawab produk (*product liability*) merupakan tanggung jawab dari produsen dan pihak-pihak yang menyalurkannya untuk membayar ganti rugi kerugian secara tanggung renteng seluruhnya. Tanggung jawab ini juga bersifat mutlak atau tanggung jawab tanpa kesalahan (*liability without fault*)⁶⁴.

Pelaku usaha memiliki kewajiban untuk bertanggung jawab atas segala kerugian yang dialami oleh konsumen akibat produk yang dibawanya kedalam peredaran sesuai dengan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pelaku usaha mlijo.malang telah mengetahui mengenai adanya peraturan tentang perlindungan konsumen dan pelaku usaha juga memahami mengenai kewajibannya.

“Megenai undang-undang perlindungan konsumen mengetahui tapi untuk detailnya kurang memahami untuk kewajibannya pun sudah berusaha untuk melaksanakan dengan sebaiknya”⁶⁵.

Penerapan tanggung jawab atas kerugian konsumen itu diprediksi, dilihat dan dicari penyebabnya terlebih dahulu. Permasalahan yang menyebabkan konsumen mengalami kerugian tersebut berasal dari pelaku usaha, konsumen atau bahkan dari pihak ketiga yaitu kurir yang mengantarkannya.

“Pelaku usaha selalu berupaya untuk bertanggung jawab akan semua permasalahan yang menyebabkan konsumen mengalami kerugian, akan tetapi juga harus diprediksi dan ditelusuri, kerugian ini disebabkan oleh

⁶⁴ Rudolf S. Mamengko, “Product Liability & Profesiomal Liability di Indonesia,” *Jurnal Ilmu Hukum*, no.9(2016):6.

⁶⁵ Ridha Putri, wawancara, (Malang, 22 Juni 2023)

pihak yang mana”⁶⁶.

Pelaku usaha mlijo.malang memberikan ganti rugi terhadap kerugian yang dialami oleh konsumen jika memang kerugian tersebut disebabkan oleh pelaku usaha, tetapi tidak dengan yang disebabkan oleh kelalaian konsumen sendiri. Seperti halnya kasus yang terjadi pada konsumen mlijo malang yang membeli telur 10 kg tanpa menambahkan *extra packing* yang berupa tray atau peti, padahal dalam deskripsi sudah dicantumkan instruksi untuk packing lebih aman tambahkan tray. Sehingga ketika dikirimkan telur tersebut hanya dipacking menggunakan kardus dan terjadilah kerugian yang dialami konsumen dengan bentuk telur tersebut pecah 2kg. Dalam hal ini pelaku usaha mlijo.malang tidak dapat bertanggung jawab, karena pelaku usaha mengirimkan telur tersebut dalam keadaan yang baik yang dapat dibuktikan dengan adanya cctv di toko. Alasan lain pelaku usaha mlijo.malang tidak melakukan ganti rugi karena sebagai konsumen lalai untuk membaca dan menaati peraturan yang sudah dicantumkan.

“Dideskripsi produk telur sudah dicantumkan untuk lebih aman beli tray untuk packingnya, apabila konsumen tidak menambah tray dan terjadi kerusakan maka kerusakan ditanggung konsumen dan pelaku usaha tidak dapat mengganti kerugian. Pelaku usaha akan mengganti kerusakan telur apabila konsumen sudah menambah tray untuk pengirimannya”⁶⁷.

Ganti rugi yang dilakukan oleh pelaku usaha mlijo.malang adalah berupa pengembalian dana sesuai dengan nilai barang yang tidak sesuai dengan perjanjian (rusak) dengan cara transfer melalui ShopeePay. Hal ini

⁶⁶ Ridha Putri, wawancara, (Malang, 22 Juni 2023)

⁶⁷ Ridha Putri, wawancara, (Malang, 22 Juni 2023)

dipilih oleh pelaku usaha mlijo.malang karena pengembalian dana lebih menekan biaya ganti rugi yang lebih besar lagi yang dibebankan diongkir untuk pengiriman barang sebagai ganti rugi.

“Ganti kerugian yang dilakukan oleh pihak mlijo malang yaitu berupa pengembalian dana sesuai nilai barang, karena pengembalian dana lebih efisien untuk menanggung ganti kerugian yang lebih besar. Kalo penggantian barang akan lebih mengeluarkan ganti rugi yang lebih besar karena ada tambahan biaya ongkir. Misalnya ganti kerugian barang yang rusak nilainya Rp.5.000 dan ongkirnya Rp.15.000 itukan nambah kerugian bagi pelaku usaha, maka dari itu lebih melakukan penggantian uang dengan transfer melalui ShopeePay”⁶⁸.

B. Tanggung Jawab Mlijo.malang Terhadap Kerugian Konsumen

Menurut UU Perlindungan Konsumen

Dengan diundangkannya Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, maka terciptanya suatu kepastian hukum yang diberikan secara khusus kepada konsumen. Berbagai permasalahan konsumen telah diatur sedemikian rupa dalam undang-undang tersebut. Meskipun diduga masih terdapat kelemahan atau kekurangan tetapi setidaknya undang-undang ini dapat menjadi perlindungan kepentingan para *stakeholder*⁶⁹. Dalam UUPK Pasal 1 Ayat (2) mendefinisikan konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun

⁶⁹ Yudha Hadian Nur & Dwi Wahyuniarti Prabowo, “Penerapan Prinsip Tanggung Jawab Mutlak (*Strict Liability*) Dalam Rangka Perlindungan Konsumen,” *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, no.2 (2011): 181 <https://jurnal.kemendag.go.id/bilp/article/download/127/85/>

mahluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan⁷⁰. Perannya sebagai konsumen memiliki hak dan kewajibannya yang diatur dalam UUPK.

Berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang terdapat dalam pasal 4 ayat (3) konsumen memiliki hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa⁷¹. Dalam hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti, para konsumen yang melakukan transaksi di Mlijo.malang telah memperoleh haknya atas informasi yang benar, karena sebagai pelaku usaha mlijo.malang yang para konsumennya tidak dapat melihat kondisi barang secara langsung, pelaku usaha mlijo.malang melakukan foto dan mengirimkan kondisi produk ke konsumen melalui chat sebelum produk tersebut dikirimkan. Ketika produk yang sampai ke konsumen dalam keadaan rusak, biasanya disebabkan oleh faktor kurang kehati-hatiannya kurir yang mengirimkan. Dalam transaksi yang dilakukan dengan mlijo.malang, konsumen sudah mendapatkan informasi yang benar dan jelas, dimana dalam *platform* belanja tersebut telah dicantumkan mengenai ketentuan atau kontrak yang harus ditaati oleh konsumen, berarti konsumen telah mendapatkan hak nya atas informasi yang benar, jelas dan jujur.

Pasal 5 Ayat (a) konsumen wajib untuk membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan

⁷⁰ Pasal 1 ayat 2 undang – undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen

⁷¹ Pasal 4 ayat 2 undang – undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen

barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan. Seperti kasus yang terjadi di mlijo.malang, dalam kasus tersebut terdapat konsumen yang melakukan pembelian telur dengan jumlah 10 kg akan tetapi konsumen tidak membaca deskripsi, padahal dalam deskripsi telah dicantumkan himbauan untuk packing telur lebih aman tambahkan atau menambahkan *extra packing*. Kondisi yang seharusnya telur tersebut menggunakan peti, karena kelalaian konsumen tidak menambahkan *extra packing* membuat pengiriman telur dilakukan dengan menggunakan kardus, sehingga ketika telur sampai ke konsumen, telur tersebut pecah sebanyak 2 kg. Dari kasus tersebut kerugian yang dialami konsumen bukan tanggung jawab pelaku usaha, melainkan merupakan resiko yang harus diterima oleh konsumen dan pelaku usaha mlijo.malang tidak bertanggung jawab, karena dalam ini konsumen telah melalaikan kewajibannya. Pembuktian atas adanya aspek kesalahan dalam gugatan ganti rugi merupakan tanggung jawab pelaku usaha bukan konsumen yang melakukan pembuktian akan kesalahan pelaku usaha, akan tetapi pelaku usaha yang membuktikan ada atau tidaknya unsur kesalahan tersebut.

Product liability atau tanggung jawab produk merupakan tanggung jawab produk sebagai tanggung jawab para produsen untuk produk yang dibawanya kedalam peredaran, yang menimbulkan atau menyebabkan kerugian karena cacat dan melekat pada produk tersebut. Dalam hal ini pelaku usaha wajib bertanggung jawab atas kerugian

konsumen. Mengenai tanggung jawab pelaku usaha sebagai wujud kewajibannya diatur dalam UUPK Pasal 7 Ayat (f) yang wajib memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan. Kewajiban pelaku usaha tersebut berkaitan dengan adanya hak konsumen dalam Pasal 4 Ayat (8) dimana konsumen memiliki hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Pihak pelaku usaha Mlijo.malang sudah beriktikad baik untuk bertanggung jawab mengganti kerugian konsumen yang disebabkan karena suatu produk yang rusak dengan cara melakukan penggantian nilai produk.

Kerugian konsumen berupa kondisi tempe yang sampai kepada konsumen sudah dalam keadaan busuk dan tahu yang sudah masam, pelaku usaha memilih untuk melakukan ganti rugi berupa pengembalian uang sesuai dengan nilai barang tersebut. Pelaku usaha mlijo.malang akan melakukan ganti rugi berupa pengembalian uang sesuai dengan nilai barang yang rusak tersebut.

“Untuk semua permasalahan diselesaikan, akan diganti kerugian jika memang itu disebabkan oleh mlijo malang. Penyelesaian ganti rugi dalam bentuk pengembalian dana dengan transfer melalui ShopeePay karena kalau diganti barang akan mengeluarkan ongkir untuk ganti kerugian”⁷².

⁷² Ridha Putri, wawancara, (Malang, 22 Juni 2023)

Bentuk ganti rugi yang dilakukan oleh pelaku usaha sudah sesuai dengan UUPK Pasal 19 ayat (2) Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pelaku usaha Mlijo.malang memilih ganti rugi dengan melakukan pengembalian dana. Hal ini dirasa lebih efektif dari pada penggantian barang. Ketika melakukan pengembalian barang pelaku usaha akan mengeluarkan ganti rugi yang lebih besar lagi, karena akan ada biaya ongkir yang dibebankan kepada pelaku usaha. Sehingga ganti rugi pelaku usaha terhadap kerugian konsumen akan lebih besar, yang terkadang nilai produk yang diganti dengan ongkir yang dikeluarkan tidak sepadan.

Mlijo.malang tidak merasa keberatan akan adanya tanggung jawab pelaku usaha karena kerugian yang dialami konsumen, pelaku usaha mlijo.malang menganggap bahwa memang tanggung jawab tersebut adalah keajibannya sebagai pelaku usaha, sebagai pelaku usaha memang ada dua hal kemungkina yaitu laba dan rugi.

“Untuk merasa dirugikan tidak, karena itu sudah kewajiban yang harus diterima oleh pelaku usaha karena melakukan transaksi melalui e-commerce. Sebagai pelaku usaha secara offline store juga terjadi kerugian seperti barang yang sudah kadaluwarsa, dicuri orang. Tapi memang namanya penjual harus sudah siap dan gak boleh keberatan, karena itu pasti ada laba dan rugi. Ganti kerugian ini juga sebagai membangun nama dan citra baik toko kami sehingga dapat menarik minat para pelanggan kalau

pelayanan kita baik”⁷³.

6. Kesesuaian upaya tanggung jawab pelaku usaha atas kerugian konsumen mlijo.malang ditinjau menurut fiqh muamalah.

Dalam fiqh muamalah, jual beli merupakan suatu aktivitas manusia yang diperbolehkan kecuali terdapat nash/dalil yang mengharamkannya.

Sebagaimana kaidah yang menjadi landasan bermuamalah :

والأصل في العقود والمعاملات الصحة حتى يقوم دليل على البطلان والتحريم

Artinya : Hukum asal dalam berbagai perjanjian dan muamalat adalah sah sampai adanya dalil yang menunjukkan kebatilan dan keharamannya.

(*’Ilamul Muwaqi’in*, 1/344).

Sistem jual beli mlijo.malang melalui *e-commerce* dengan menggunakan sistem *quick commerce* tentu diperbolehkan. Transaksi ini disamakan dengan jual beli salam, yang secara terminologi para ulama mendefinisikan salam adalah dengan menjual suatu barang yang penyerahannya ditunda, atau menjual suatu barang yang ciri-cirinya jelas dengan pembayaran modal lebih awal, sedangkan barangnya diserahkan kemudian hari⁷⁴. Sebagaimana firman Allah Swt dalam Q.S. Al-Baqarah : 282

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu ber Muamalah tidak

⁷³ Ridha Putri, wawancara, (Malang, 22 Juni 2023)

⁷⁴ Fahmi al Amruzi, *Fikih Muamalah* (Yogyakarta: K-Media, 2020), 120

secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya (Q.S. Al-Baqarah : 282).

Praktik jual beli mlijo.malang tentu saja diperbolehkan, dengan ketentuan berdasarkan dengan syariat Islam. Yang memenuhi rukun, syarat dan prinsip syariah. Dalam rukun salam tentunya terdapat : pembeli (*musalam*), penjual (*musala ilaih*), akad (*sighah*) dan barang yang dipesan (*muslam ilaih*). Kemudian syarat salam yaitu : 1) pembayaran dilakukan dengan kontan, 2) komoditinya harus dengan spesifikasi yang jelas, 3) waktu penyerahan komoditi harus ditentukan, 4) penyerahan uang dilakukan dalam satu majelis. Kemudian juga harus berdasarkan prinsip syariah yaitu ketika jual beli harus didasarkan pada ketakwaan kepada Allah Swt, diterapkannya akhlak dan moral yang baik (jujur, amanah, keridhaan dan tanggung jawab) dan terhindarnya dari suatu transaksi yang dilarang seperti halnya riba, penipuan, paksaan dan ketidakjelasan. Pelaku usaha Mlijo.malang cukup memahami mengenai transaksi sesuai dengan konsep fiqh muamalah.

“Berdasarkan prinsip fiqh muamalah kurang memahami, setau pelaku usaha sesuai syariat itu ada akad bahwa saya menjual dan dia membeli kemudian sepakat dengan harga dan mengirimkan barang sesuai dengan perjanjian awal”.⁷⁵:

Suatu transaksi ketika memenuhi semua unsur rukun, syarat, dan prinsip menjadi suatu transaksi yang sah, kecuali adanya suatu faktor yang menyebabkan suatu transaksi tersebut tidak sah. Misalnya adanya kecacatan

⁷⁵ Ridha Putri, wawancara, (Malang, 22 Juni 2023)

yang terdapat dalam produk tersebut sehingga menyebabkan ketidakridhaan salah satu pihak. Hal tersebut menyebabkan transaksi tersebut menjadi fasad (rusak). Dalam kasus Mlijo.malang awalnya transaksi nya merupakan transaksi yang sah, dimana dalam transaksi tersebut rukun salam sudah terpenuhi, yaitu diantaranya rukun salam adalah :

- 1) Pembeli (*musalam*).
- 2) Penjual (*musala ilaih*).
- 3) Akad (*sighah*).
- 4) Barang yang dipesan (*muslam ilaih*).

Prinsip bermuamalah Q.S. An-Nisa : 29

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

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.

Mengenai prinsip tersebut mlijo.malang sudah berupaya untuk melakukan perniagaan dengan berlandaskan suka sama suka, hal ini dibuktikan dengan cara mlijo.malang yang menginfokan kondisi produk kepada konsumen dengan cara difoto dan dikirimkan ke konsumen sebelum dilakukan pengiriman kepada konsumen. Selain itu, terkait produk yang kualitasnya

kurang bagus, mlijo.malang memilih alternatif untuk mengkosongkan stok, sehingga tidak mengeceakan konsumen dan terciptanya perasaan suka sama suka.

Kasus yang terjadi di mlijo.malang barang yang sampai di konsumen merupakan barang yang rusak. Barang yang sampai ke konsumen adalah sayuran yang layu, tempe yang sudah busuk, telur yang pecah, ikan yang sudah tidak segar, sehingga hal ini menyebabkan konsumen mengalami kerugian dan menimbulkan perasaan ketidakridhaan konsumen dalam transaksi ini. Dalam Islam Perasaan ketidakridhaan konsumen menjadikan transaksi ini menjadi transaksi yang fasad (rusak).

Sistem pengiriman yang cepat dengan rentang waktu sekitar satu sampai dua jam seharusnya tidak sampai menyebabkan tempe busuk dijalan. Penyebab tempe yang sampai pada konsumen busuk dapat disebabkan karena kurang telitinya pihak mlijo.malang untuk mengecek kondisi tempe tersebut. Hal tersebut bukan disengaja oleh pihak mlijo.malang karena jika disengaja hal tersebut pada akhirnya akan membuat pelaku usaha mlijo malang tetap mengganti kerugian.

Kerugian konsumen mengenai tahu yang rasanya sudah berubah menjadi masam itupun diluar kehendak pelaku usaha mlijo malang, karena tahu tersebut dalam kemasan dan tidak dapat diperkirakan rasanya. Sehingga yang dapat mengetahui tahu rasanya masam hanya konsumen yang mengkonsumsinya.

Sehingga dalam Islam perkara kerugian konsumen mengenai tempe yang busuk dan tahu yang rasanya masam tidak disengaja dan bukan berupa sebuah penipuan yang sengaja dilakukan oleh pelaku usaha. Karena dalam Islam sendiri jual beli harus terhindarkan dari adanya unsur penipuan (tadlis). Untuk produk tempe dan tahu dapat dibuktikan karena keduanya ada label yang menunjukkan bahwa memang benar produk mlijo.malang.

Kasus telur yang pecah bukan merupakan sebuah penipuan yang sengaja dilakukan oleh pihak mlijo.malang karena sebagai pelaku usaha dapat membuktikan bahwa mereka benar-benar mengirimkan kondisi telur yang bagus. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan cctv yang terpasang ditoko, sehingga sulit untuk disabotase.

“Sebagai pelaku usaha kami memiliki cctv diruang packing, hal ini sebagai bukti memang kami mengirimkan produk dalam keadaan baik. Kalau divideo mungkin masih ada prasangka untuk dicurangi tapi kalau dicctv sudah pasti susah untuk disabotasnya”⁷⁶.

Sebagai pelaku usaha tidak khawatir akan adanya unsur penipuan dari pihak konsumen karena tahu dan tempe yang dijual belikan oleh pelaku usaha memiliki merk sehingga penipuan dapat terminimalisirkan, tapi untuk telur karena tidak ada merk masih memungkinkan untuk dicurangi. Maka dari itu pelaku usaha tidak mengganti kerusaka telur yang tidak disertai tray.

Upaya dalam memberikan perlindungan terhadap konsumen,

⁷⁶ Ridha Putri, wawancara, (Malang, 22 Juni 2023)

pembeli mempunyai hak khiyar, yaitu hak yang istimewa berupa diberikan kepada pihak-pihak yang melakukan transaksi untuk meneruskan atau membatalkannya ⁷⁷. Terdapat tiga khiyar diantaranya :

- 1) Khiyar majelis merupakan hak bagi para pihak (penjual dan pembeli) yang melakukan akad untuk membatalkan atau meneruskan akad ketika para pihak masih berada dalam satu tempat (majelis) dan para pihak belum berpisah.
- 2) Khiyar syarat suatu kondisi yang memperbolehkan salah satu pihak atau masing - masing pihak memiliki hak atas pembatalan atau penetapan akad yang dilakukan dalam rentang waktu yang ditentukan.
- 3) Khiyar aib merupakan keadaan yang memperbolehkan salah satu pihak yang berakad memilih hak untuk membatalkan ataupun meneruskan akad ketika ditemukan aib (cacat) pada objek akad yang tidak diketahui saat terjadinya akad.

Kasus konsumen di mlijo.malang yang menerima produk dalam keadaan rusak , menurut perspektif fiqh muamalah diperolehdan untuk melakukan khiyar aib, dimana konsumen mlijo.malang dapat melakukan pembatalan akad karena produk yang rusak atau cacat. Hal ini dilakukan agar transaksi yang dilakukan menjadi transaksi yang terhindar dari transaki

⁷⁷ Rahman Subha, Disa Nusia Nisrina, Nurahida,dkk, “Perlindungan Konsumen Terhadap Jual beli online (suatu kajian uupk, etika bisnis islam dan hukum islam),” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*,no.2 (2020):104. <https://doi.org/10.47435/adz-dzahab.v5i2.452>

yang dilarang oleh syariat. Dalam syariat Islam segala kemudharatan dalam bermuamalah harus dihilangkan, karena tujuan muamalah yaitu menarik manfaat. Pelaku usaha bertanggung jawab dengan melakukan ganti rugi kepada konsumen mlijo.malang yang mengalami kerugian. Ganti rugi yang dilakukan mlijo.malang merupakan ganti rugi karena kerusakan (*Dhaman Itlaf*). Hal ini dikarenakan kerugian yang dialami konsumen berupa kerusakan produk, seperti halnya sayur kangkung yang layu, ikan yang tidak segar, telur pecah dan tempe yang busuk. *Dhaman* memiliki tujuan yaitu untuk memberi ganti rugi pada korban dan menghilangkan kerugian yang diderita. Dalam fiqh muamalah adapun hitungan atau perkiraan ganti rugi bisa mengacu pada beberapa model berikut⁷⁸:

- 1) Perhitungan ganti rugi berdasarkan kesepakatan (*al-taqdir*).
- 2) Penggantian ganti rugi yang dilakukan oleh hakim (*al-taqdir al-qadai*).
- 3) Ganti rugi sesuai dengan yang ditetapkan oleh pembuat Undang-Undang (*al-taqdir al-syar'i*).

Pelaku usaha mlijo.malang sudah memenuhi konsep fiqh muamalah, ganti rugi oleh pelaku usaha diwujudkan dengan melakukan pengembalian dana kepada konsumen sesuai dengan nilai produk yang menyebabkan konsumen mengalami kerugian. Bentuk ganti rugi yang dilakukan oleh

⁷⁸ Jaya Miharja, "Konsep Ganti Rugi Perspektif Hukum Islam," *Muamalat*, no.2 (2016):144-145
<https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/muamalat/article/download/1997/1036/4264>

mlijo.malang tergolongkan kepada *Jawabir naqdiyah* (Pengembalian dana sesuai dengan nilai jual barang).

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Pelaku usaha mlijo malang sudah menerapkan kewajibannya dengan bertanggung jawab mengenai kerugian yang dialami oleh konsumen. Kerugian yang dialami konsumen berupa : sayur yang layu, tempe yang busuk, telur yang pecah, ikan yang tidak segar dan tahu yang sudah berubah rasa menjadi masam. Bentuk tanggung jawab pelaku usaha sudah sesuai dengan UUPK Pasal 19 ayat (2), dimana pelaku usaha mengganti kerugian konsumen dengan bentuk pengembalian dana. Akan tetapi sebagai pelaku usaha tidak selamanya melakukan tanggung jawab mengenai semua kerugian yang dialami oleh konsumen. Tentunya ditinjau terlebih dahulu penyebab konsumen mengalami kerugian, mlijo.malang tidak mengganti kerugian terhadap produk yang rusak yang tidak disertai *extra packing* saat melakukan pembelian.
2. Tanggung jawab pelaku usaha mlijo.malang digolongkan bentuk *Dhaman Itlaf* (ganti rugi karena kerusakan). Ganti rugi yang dilakukan oleh pelaku usaha mlijo.malang dalam bentuk pengembalian dana ini diperbolehkan dan tergolongkan *jawabir naqdiyah* yaitu berupa ganti rugi dengan

mengembalikan nilai jual barang (*al-qimah*).

B. Saran

Konsumen juga harus memperhatikan kewajibannya, sebagaimana Pasal 5 ayat (a) UUPK yang berbunyi konsumen berkewajiban membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan. Sebagai pelaku usaha mlijo.malang tidak dapat melakukan ganti rugi kerusakan barang karena konsumen tidak menambahkan *extra packing* pada saat pembelian, padahal pelaku usaha mlijo.malang telah mencantumkan himbauan di deskripsi yang perlu ditaati oleh konsumen. Sehingga kerusakan produk menjadi resiko konsumen karena tidak memenuhi kewajibannya sebagaimana Pasal 5 Ayat (a) UUPK. Untuk itu sebagai konsumen juga harus lebih berhati-hati dan memahami hak dan kewajibannya sebagai konsumen, karena jika tidak hal tersebut akan merugikan diri konsumen sendiri.

Pelaku usaha juga harus memberi cap/ melabeli produk agar terhindar dari unsur penipuan. Tujuan dari melabeli produk adalah agar dapat diketahui bahwa produk yang rusak itu benar produk dari mlijo.malang, karena kalau tidak takut ada unsur kecurangan yang seharusnya produk baik-baik saja ditukar dengan produk rusak dari pihak lain dengan tujuan mendapatkan keuntungan. Agar pula tanggung jawab pelaku usaha mlijo.malang tepat sasaran.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Burhanuddin. *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen & Sertifikasi Halal*.

Malang : UIN-Maliki Press, 2011

Miru, Ahmadi dan Sutarman Yodo. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta :

PT RajaGrafindo Persada, 2004.

Soemitra, Andri. *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah*. Jakarta:

Kencana, 2019.

Ikit, Artiyanto dan Muhammad Saleh. *Jual Beli Dalam Persepektif Ekonomi*

Islam . Yogyakarta: Gava Media, 208.

Sudjana dan Elisantris Gultom. *Rahasia Dagang Dalam Persepektif*

Perlindungan Konsumen. Bandung:Keni Media, 2016.

Halim, Abdul. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Banjarmasin:FH Unlam Press,

2008.

Shidarta. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia* . Jakarta: PT Grasindo,

2006.

Nugroho, Susanti Adi . *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari*

Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya. Jakarta : Kencana & Prenada

Media Group, 2008.

- Shofie, Yusuf . *Pelaku Usaha, konsumen, dan Tindak Pidana Korporasi* .
Jakarta:Ghalia Indonesia, 2002.
- R.Setiawan. *Pokok-Pokok Hukum Perikatan*. Bandung:Mandar Maju, 2004.
- Az Nasution. *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*. Jakarta:Diadit
Media, 2001.
- Kristiyani, Celina Tri Siwi Kristiyani. *Hukum Perlindungan Konsumen*.
Jakarta:Sinar Grafika, 2011.
- Muhammad, Abdulkadir. *Hukum Perusahaan*. Bandung: Citra Aditya Bakti,
2006.
- Sidabalok, Janus. *Hukum Perlindungan Konsumen* . Banjarmasin: Citra Aditya
Bakti, 2010.
- Samsul, Inosentius Samsul. *Hukum Perlindungan Konsumen Kemungkinan
Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*. Jakarta: Universitas Indonesia, 2004.
- Sudarti, Sri. *Fiqh Muamalah Kontemporer*. Sumatra Utara:FEBI UIN-SU Press,
2018.
- Ningsih, Prilla Kurnia. *Fiqh Muamalah* . Depok:PT RajaGrafindo Persada,
2021.
- Hasan, Akhmad Farroh . *Fiqh Muamalah dari Klasik hingga Kontemporer* .
Malang : UIN-Maliki Press, 2018.
- Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum*. Mataram: Mataram University Press,
2020.
- Huda, Muhammad Chairul. *Metode Penelitian Hukum*. Semarang : The Mahfud

Ridwan Institute, 2021.

Nasution, Bahder Johan. *Metode Penelitian Ilmu Hukum*. Bandung:CV.Mander Maju, 2008.

Rahmadi. *Pengantar Metodeologi Penelitian*. Banjarmasin : Antasari Press, 2011.

Hardani. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta : CV. Pustaka Ilmu, 2020.

Al Amruzi, Fahmi. *Fikih Muamalah* . Yogyakarta: K-Media, 2020.

INTERNET / WEBSITE

Hidranto, Firman “Bisnis E-Commerce Semakin Gurih,” *Indonesia*, 23 Februari 2021, diakses 31 Mei 2023, <https://www.indonesia.go.id/kategori/indonesia-dalam-angka/2534/bisnis-E-Commerce-semakin-gurih>

Baskoro, Dinno “Barang Palsu di Marketplace Jadi Keluhan Pembeli,” *Kompas*, 23 Februari 2022, diakses pada 31 Mei 2023, <https://lifestyle.kompas.com/read/2022/02/23/153355020/barang-palsu-di-marketplace-jadi-keluhan-pembeli>

Al qadri, Thoriq Arif. “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Garansi Seumur hidup Pada Produk Tupperware di Kota Pekanbaru”, Skripsi, Universitas Andalas Padang, 2022. <http://scholar.unand.ac.id/105438/>

Aditya, Muhammad Aditya. “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Keterlambatan Pengiriman Barang Akibat Pandemi Covid-19” , Skripsi, Universitas Hasanuddin Makassar, 2021.

http://repository.unhas.ac.id/10058/2/B011171074_skripsi_01-11-2021%201-2.pdf

Ananda, Tiara Rizka. “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Keterlambatan Pengiriman Barang Akibat Pandemi Covid-19” ,Skripsi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2022.

<http://etheses.uin-malang.ac.id/37364/1/18220039.pdf>

Lidwina, Andrea “Pengguna E-Commerce Indonesia Tertinggi di Dunia,” Databoks, 4 Juni 2021, diakses pada 22 September 2022,

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-E-Commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>

Pradana, Mahir Pradana ” Klasifikasi Bisnis E-Commerce Di Indonesia,” *Modus*, no. 2(2015): 165 ,

<https://media.neliti.com/media/publications/152372-ID-none.pdf>

Meidiska, Aulia “Quick Commerce : Era Baru “Pasar” Digital,” *disrupto.co.id*, 3 Januari 2022, diakses 13 Mei 2023, <https://www.disrupto.co.id/journal/quick-commerce-era-baru-pasar-digital>

<https://www.disrupto.co.id/journal/quick-commerce-era-baru-pasar-digital>

Kertapati, Hino “Mengenal Beda Quick Commerce dengan E-Commerce,”

Indiekraf, 11 mei 2022, diakses 24 juni 2023, <https://indiekraf.com/mengenal-beda-quick-commerce-dengan-e-commerce/>

JURNAL

Kumar, P Madhan , Jeswanth A R, dkk. “Sentimental Analysis on Quick Commerce Platform Instagram Based on Customer Reviews in Google

Play Store,” *International Journal of Research In Science & Engineering*, no. 6(2022): 32 <https://doi.org/10.55529/ijrise.26.29.42>

Bachro, Renny Supriyatni . “*Product Liability* sebagai salah satu alternatif perlindungan terhadap keamanan dan keselamatan konsumen,” *Jurnal Sosiohumaniora*, no.1(2003): 57
<http://jurnal.unpad.ac.id/sosiohumaniora/article/view/5277/2656>

Dewi, I Gst A.A Sintiana, I Ketut Sudiatmaka dan Dewa Gede Sudika Mangku. “Implementasi Ketentuan Product Liability terhadap Konsumen Jasa Pengiriman Barang,” *e-Journal Komunitas Yustisia Universitas Pendidikan Ganesha*, no. 1(2020): 25
<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/jatayu/article/view/28832>

Apriani, Rani, Rahmi Zubedah dan Abdul Atsar. “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Atas Produksi Pangan Yang Tidak Memenuhi Syarat Keamanan dan Mutu Pangan Yang Tidak Memiliki Izin Edar,” *Lambung Mamgkurat LawJournal*, no. 1(2020): 43
<https://lamlaj.ulm.ac.id/web/index.php/abc/article/view/142>

Nikma, dan Lili Naili Hidayah. “Tanggung Jawab Hukum Produsen Otomotif Terhadap Cacat Produk (Product Liability) Menurut Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen,” *Zaaken:Journal of Civil and Bussiness Law*, no.1(2021): 165
<https://mail.online-journal.unja.ac.id/Zaaken/article/view/11332>

Setyawati, Desy Ary, Dahlan, dan M.Nur Rasyid. “Perlindungan Bagi Hak

Konsumen dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha Dalam Perjanjian Transaksi Elektronik,” *Law Jurnal*, no. 3(2017), 35.

<https://jurnal.unsyiah.ac.id/sklj/article/view/9638>

Mamengko, Rudolf S. “Product Liability dan Profesional Liability di Indonesia,” *Jurnal Ilmu Hukum*, no. 9(2016), 3

http://repo.unsrat.ac.id/1241/1/PRODUCT_LIABILITY_DAN_PROFESIONAL_LIABILITY.pdf

Nur, Yudha Hadian, dan Dwi Wajyuniarti Prabowo. “Penerapan Prinsip Tanggung Jawab Mutlak (strict liability) dalam rangka perlindungan konsumen,” *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, no. 2(2011), 183

<https://jurnal.kemendag.go.id/bilp/article/download/127/85/>

Miharja, Jaya. “ Konsep Ganti Rugi Perspektif Hukum Islam,” *Muamalat*, no. 2(2016), 144-145.

<https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/muamalat/article/download/1997/1036/4264>

Cori, Catarina, Tresia. “Analisis Strategi *One Stop Shopping* dalam memenuhi kepuasan pelanggan summarcon Mall Bekasi,” *Cidea*, no.1 (2022) :3,

<https://jurnal2.untagsmg.ac.id/index.php/cidea/article/view/76>

Nur, Yudha Hadian, & Dwi Wahyuniarti Prabowo. “Penerapan Prinsip Tanggung Jawab Mutlak (*Strict Liability*) Dalam Rangka Perlindungan Konsumen,” *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, no.2 (2011): 181,

<https://jurnal.kemendag.go.id/bilp/article/download/127/85/>

Subha, Rahman, Disa Nusia Nisrina, Nurahida,dkk. “Perlindungan Konsumen Terhadap Jual beli online (suatu kajian uupk, etika bisnis islam dan hukum islam),” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*,no.2 (2020):104, <https://doi.org/10.47435/adz-dzahab.v5i2.452>

Miharja, Jaya. “Konsep Ganti Rugi Perspektif Hukum Islam,”*Muamalat*, no.2 (2016):144-145
<https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/muamalat/article/download/1997/1036/4264>

PERUNDANG – UNDANGAN

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik

Undang-Undang No.14 Tahun 2014 tentang Perdagangan

Kompilasi Hukum Ekonom Syariah

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

LAMPIRAN

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ridha Putri
Jenis Kelamin : Perempuan
Jabatan Pekerjaan : Owner Mlijo Malang

Menerangkan bahwa benar, dan telah memberikan keterangan wawancara kepada :

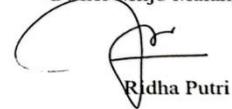
Nama : Lin Lie Bintang Illa
NIM : 19220055
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
Mahasiswa : Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Yang sedang melakukan penelitian untuk tugas akhir (skripsi) terkait dengan “Tanggung Jawab Pelaku Usaha dalam Sistem Transaksi Quick Commerce Modern”

Demikian surat keterangan wawancara ini dibuat untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Malang, 21 Juni 2023

Owner Mlijo Malang



Ridha Putri

Gambar 1. Surat Keterangan Wawancara



Gambar 2 . Konsumen Intan dengan kurir



Gambar 3. Sayuran dari mlijo.malang



Gambar 4. Wawancara peneliti dengan konsumen Intan



Gambar 5. Komentar konsumen 1

 kasihkarunia197 Silver  0 

☆☆☆☆☆ |  Langganan

Ukuran/Berat: kecil
Kualitas: tempunya busuk
Harga: ok

respon penjual tidak ada. yg di kirim tempunya busuk. tlg next jgn di kirim yg busuk. kasihlah yg fresh. kalo seperti ini yg di rugikan pihak customer. bukan sellernya

 TEMPE KEDELAI SANAN ASLI MAL...

Gambar 6. Komentar konsumen 2

 marmara.atelier Platinum  0 

☆☆☆☆☆

Overall good, tapi giliran dapet udang yang bekas frozen. Kepalanya udh merah2, cairannya udh item, dan dagingnya bener2 duhhh nggak fresh pokoknya, bingung juga mau diapain udang jelek gini. Mana harganya kek udah segar lagii 😭

 Kentang Lokal Segar 500 Gr

24-10-2022 15:35

Gambar 7. Komentar konsumen 3

 r*****a Platinum 0 ⋮

★★★★☆

Harga: -
Kualitas: -
Ukuran/Berat: 1 kg

Bingung hrs kasih komen apa. Ikan sy terima siang sdh bau/busuk banget, tdk bisa dimasak & hrs dibuang. Mungkin kelamaan jeda waktu pengemasan dan pengiriman. Soal packing, harap ikan tdk dijadikan satu dlm kardus dg pesanan yg lain. Semua belanjaan jadi bau amis dan basah semua kena tetesan ikan.

10-08-2021 15:43

Gambar 8. Komentar konsumen 4

 sprasetyojuwono Membantu ⋮

★★★★☆

Kualitas: tidak bagus busuk semua , ini jualan tempe malang apa jualan tempe busuk



29-06-2023 14:02

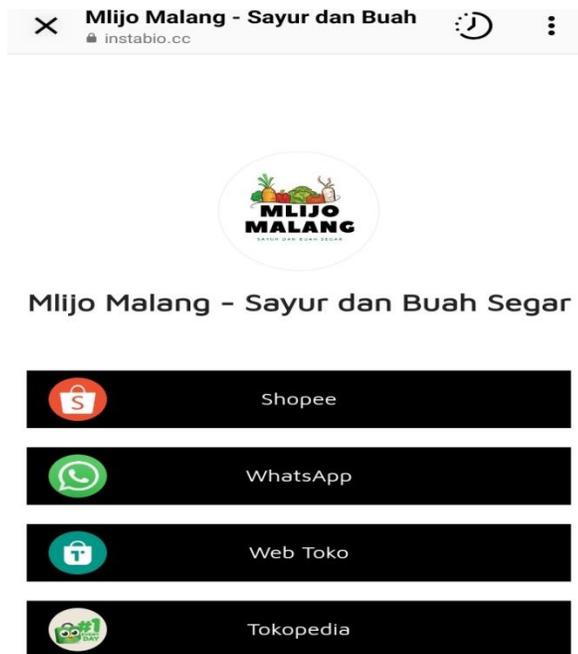
Gambar 9. Komentar konsumen 5



Gambar 10. Wawancara pra penelitian dengan pelaku usaha Mlijo.malang



Gambar 11. Wawancara dengan pelaku usaha Mlijo.malang



Gambar 12. Website resmi Platform Instagram Mlijo.malang

✨ ✨ BACA DAHULU SEBELUM ORDER ✨ ✨

Follow juga shopee sayur kami : @mlijo.malang

🕒 Untuk jadwal pengiriman sebagai berikut :

📦 Orderan yang masuk maksimal pukul 08.00 WIB akan dikirim pada hari yg sama mulai pukul 09.00-12.00.

📦 Orderan yang masuk pada pukul 08.00-14.00 WIB akan dikirim H+1, tapi memungkinkan dikirim di hari yg sama melihat ketersediaan stock.

📦 Disarankan order mulai pukul 14.00-05.00 karena barang baru datang dan masih sangat fresh serta masih ready semua.

🍀 Apabila ada permintaan tertentu mohon ditulis di note/catatan 🙏

🍀 Untuk pengiriman rutin atau pembelian banyak bisa menghubungi admin via chat, supaya ongkir lebih murah 🙏

Gambar 13. Syarat dan Ketentuan Order

🌻 PENTING MOHON DIBACA 🌻

🌻 Harga kami menyesuaikan pasar, apabila ada kenaikan atau penurunan harga akan dikonfirmasi ke pembeli.

🌻 Jika produk mengalami kenaikan harga yang signifikan pembeli bisa memilih untuk refund atau pengurangan berat produk.

🌻 Untuk stok yang kosong akan dikonfirmasi, pembeli bisa memilih untuk diganti dengan produk lain atau refund. Dana bisa dikembalikan dengan dimasukkan ke dalam paket ataupun transfer shopeepay.

🌻 Nomor HP harap selalu aktif untuk memudahkan pengiriman.

🌻 Barang yang kami jual dijamin fresh. Apabila ada yang kurang berkenan dimohon untuk chat terlebih dahulu dan tunjukkan video unboxing produk dan mohon bijaksana dalam memberikan penilaian.

Gambar 14. Syarat dan Ketentuan Barang

Deskripsi

LEBIH AMAN BELI TRAY UNTUK PACKINGNYA.

1 tray muat 2 kg, pilih variasi extra packing jika ingin membeli tray.

Harga tray Rp. 2.000/pasang.

GO SEND ONLY 🛵

Telur ayam lokal ras (bukan ayam kampung)

Harga per kg. Stok selalu baru setiap hari. Tidak stok dlm jumlah banyak untuk menjaga produk tetap fresh setiap hari. 😎

Update harga setiap hari.

Gambar 15. Deskripsi Pembelian Produk Telur

Tabel 2. Pertanyaan pra penelitian

No	Pertanyaan
1	Apakah selama ini sebagai pelaku usaha menemukan konsumen yang melakukan pengaduan terkait produk yang dijual di Mlijo.malang?
2	Biasanya terkait produk apa yang menjadikan para konsumen itu melakukan pengaduan?

Tabel 3. Pertanyaan kepada konsumen

No	Pertanyaan
1	Apakah anda pernah melakukan belanja sayuran melalui suatu <i>Platform Instagram</i> ? Dan <i>Platform Instagram</i> apa yang anda pakai untuk melakukan belanja sayuran?
2	Apakah keuntungan yang anda dapatkan ketika belanja sayuran melalui <i>Platform Instagram</i> Mlijo.malang?
3	Bagaimana kualitas produk yang dikirimkan dari <i>Platform Instagram</i> Mlijo.malang?

Tabel 4. Pertanyaan wawancara kepada pelaku usaha Mlijo.malang

No	Pertanyaan
1	Apakah sebagai pelaku usaha mengetahui adanya peraturan tentang perlindungan konsumen yang tercantum dalam undang - undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen?
2	Apakah sebagai pelaku usaha memahami transaksi sesuai dengan konsep fiqh muamalah?
3	Apakah sebagai pelaku usaha memahami mengenai kewajibannya ?
4	Apakah sebagai pelaku usaha memahami tentang hak - hak konsumen?
5	Apa yang melatar belakangi didirikan <i>Platform Instagram</i> Mlijo.malang?
6	Produk apa yang pelaku usaha sediakan dalam <i>platform</i> tersebut?
7	Bagaimana cara Mlijo.malang menawarkan barang kepada konsumen?

8	Bagaimana cara agar konsumen dapat memperoleh barang yang dijual di Platform Instagram Mlijo.malang?
9	Apakah Platform Instagram Mlijo.malang menerapkan suatu sistem pengantaran yang cepat kepada konsumen dan Siapa yang mengantarkan barang dari pelaku usaha hingga sampai kepada konsumen?
10	Berapa lama waktu yang dibutuhkan konsumen untuk menunggu barang yang dikirimkan oleh Platform Instagram Mlijo.malang?
11	Apakah barang yang dipesan oleh konsumen akan dikirimkan saat itu juga?
12	Apakah selaku pelaku usaha sudah menerapkan prinsip kehati-hatian dalam melayani konsumen?
13	Apakah selama ini terdapat komplain dari konsumen mengenai pengiriman barang yang lama dan tidak tepat waktu?
14	Apakah selama ini terdapat konsumen yang komplain akibat barang yang diterima tidak sesuai atau rusak? Barang apa yang dikomplainkan konsumen karena rusak?
15	Bagaimana cara pelaku usaha Mlijo.malang menanggapi terkait komplain barang yang rusak?
16	Apa yang menjadi penyebab barang yang diterima oleh konsumen tersebut rusak?
17	Apakah sebagai pelaku usaha sudah menerapkan tanggung jawab ketika terdapat kerusakan pada produknya yang menyebabkan kerugian bagi konsumen?
18	Dalam bentuk apa pelaku usaha bertanggung jawab akibat barang yang rusak kepada konsumen dan apakah ganti rugi sebagai bentuk tanggung jawab pelaku usaha memberatkan bagi Mlijo.malang ?

Tabel 5. Komplain Konsumen dan Respon Penjual

No	Konsumen	Komplain	Respon Mlijo.malang	Ganti kerugian
1	Konsumen 1	Produk yang tidak sesuai dengan iklan. Produk kulit ayam yang ditawarkan tanpa lemak ternyata lebih banyak lemaknya.	Semua kesalahan dari Mlijo.malang akan ditanggung tanpa biaya sedikitpun. Tetapi tidak ada bukti saat komplain, jadi Mlijo.malang belm dapat mengganti kerugian.	Tidak ada ganti kerugian.

2	Konsumen 2	Telur saat sampai pecah 15 butir	Dari Mlijo.malang barang yang dikirimkan dalam keadaan utuh, gosend nya yang bawa kurang hati-hati. Dan konsumen tidak menambah peti untuk pengiriman jadi dikirim menggunakan kardus	Tidak ada ganti kerugian.
3	Konsumen 3	Telur pecah dan dikira mau diganti ternyata diluar dugaan. Susu aja pakingnya sampai rusak.	Mlijo.malang sudah mengirimkan dalam keadaan baik. Di deskripsi juga sudah disebutkan pakai extra packing kalau mau aman.	Tidak ada ganti kerugian.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Lin Lie Bintan Illa
Tempat Tanggal Lahir : Madiun, 14 April 2001
Alamat : Ds. Kreet, Rt/Rw 05/01, Pilangkenceng, Madiun.
No. Telpon : 081212567369
Email : linliebintan@gmail.com

Riwayat Pendidikan Formal

2006 - 2007 : RA Al - Hidayah
2007 - 2013 : MI Al - Amin
2013 - 2016 : MTs Negeri 12 Madiun
2016 - 2019 : MA Negeri 2 Kota Madiun
2019 - 2023 : UIN Mailana Malik Ibrahim Malang