

**TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH DAN UNDANG-UNDANG
PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP BISNIS
KERUPUK TANPA LABEL NAMA (STUDI
KASUS DESA BATU TAPANGO)**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Hukum (S.H)
pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (HES) Jurusan Syariah dan
Ekonomi Bisnis Islam (EBI) Sekolah Tinggi Agama Islam
Negeri (STAIN) Majene

Oleh:

MUTIARA HIKMA YAHYA
NIM 20256119186

**JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI BISNIS ISLAM
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN)
MAJENE
2023**

HALAMAN PENGESAHAN

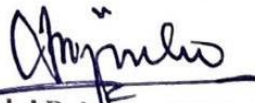
Skripsi yang berjudul, “**Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Terhadap Bisnis Kerupuk Tanpa Label Nama (Studi kasus di Desa Batu Tapango)**”, yang disusun oleh saudara **MUTIARA HIKMA YAHYA**, Nim 20256119186, mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah pada Jurusan Syariah dan Ekonomi Bisnis Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Majene, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang Munaqasyah yang diselenggarakan pada hari 31, agustus 2023 M bertepatan dengan tanggal 14 shaffar H, dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H) pada Jurusan Syariah dan Ekonomi Bisnis Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Majene, dengan beberapa perbaikan.

Majene, 31 Agustus 2023 M
14 shaffar H

DEWAN PENGUJI

Ketua	: Hasan Basri, S.E.,M.Si	(.....)
Sekretaris	: Norcholis Rafid, S.H.I.,M.H	(.....)
Pembimbing I	: Aminuddin Lahami, S.H.,M.H	(.....)
Pembimbing II	: Atirah, M.Pd	(.....)
Penguji I	: Dr. H. Husain, S.Ag.,M.A	(.....)
Penguji II	: Nur Astaman Putra, M.Pd	(.....)

Diketahui oleh:
Ketua Jurusan,


Abdul Rahman, M.Pd., Ph.D
NIP. 197312312005011034

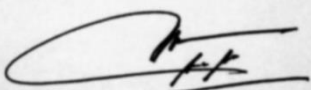
PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing penulisan skripsi saudari **MUTIARA HIKMA YAHYA**, **NIM 20256119186**, Mahasiswi Program Studi Hukum Ekonomi Syariah pada jurusan Syariah dan Ekonomi Bisnis Islam STAIN MAJENE, setelah meneliti dan mengoreksi secara seksama skripsi yang berjudul “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah dan Undang-undang Perlindungan Konsumen Terhadap Bisnis Kerupuk Tanpa Label Nama (Studi Kasus Desa Batu Tapango)” memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat–syarat ilmiah dan dapat disetujui untuk diujikan.

Demikian persetujuan ini diberikan, untuk diproses lebih lanjut.

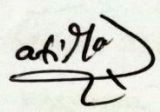
Majene, 27 Agustus 2023

Pembimbing I



Aminuddin Lahami, S.H., M.H
NIP. 19890528201903 1 007

Pembimbing II



Atirah, M.Pd
NIP. 19951208202012 2 021

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mutiara Hikma Yahya
NIM : 20256119186
Tempat dan Tanggal Lahir : Kanang, 16 Juli 2001
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Bisnis Islam
Alamat : Kanang, Desa Batetangnga, Kecamatan Binuang,
Kabupaten Polewali Mandar.
Judul Skripsi : Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah dan Undang-
Undang Perlindungan Konsumen Terhadap
Bisnis Kerupuk Tanpa Label Nama (Studi Kasus
Desa Batu Tapango).

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

Majene, 27 Agustus 2023




Mutiara Hikma Yahya
NIM. 20256119186

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Terhadap Bisnis Tanpa Label Nama (Studi Kasus Di Desa Batu Tapango)”** dalam waktu yang tidak terlalu lama. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H) di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene. Sholawat beserta salam semoga selalu tercurah kepada baginda Nabi Besar Muhammad SAW. Sebagai *uswatun hasanah* bagi kita semua dalam hidup dan kehidupan kita, baik di dunia maupun diakhirat kelak.

Mengingat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman dalam penulisan, sehingga skripsi ini tentunya tidaklepas dari kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritikan yang konstruktif dari berbagai pihak demi kesempurnaannya.

Penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari kontribusi berbagai pihak, baik langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih yang setinggi-tingginya terutama kepada kedua orangtua yaitu ayahanda **Muh. Yahya** dan ibunda **Asmawati** yang telah membersarkan, mendo'akan serta senantiasa memberikan dukungan, baik moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene.

Penulis juga tidak lupa mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Wasilah, S.T., M.T selaku Ketua Sekolah Tinggi Agama Negeri (STAIN) Majene.
2. Bapak Abdul Rahman, M.Pd., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Syariah dan Ekonomi Bisnis Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene.
3. Bapak Supriadi, S.H., M.H selaku Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene.
4. Bapak Aminuddin Lahami, S.H., M.H dan Ibu Atirah, M.Pd, masing-masing sebagai Pembimbing I dan II yang selalu meluangkan waktu memberikan motivasi dan dengan penuh sabar membimbing penulis, mulai dari pembuatan proposal sampai pada penyusunan skripsi ini selesai.
5. Ibu Dwi Utami Hudaya Nur, S.H., M.H dan Bapak Nur Astaman Putra, M. Pd, masing-masing sebagai Penguji I dan II yang telah memberikan kritikan dan saran yang bersifat membangun untuk penyempurnaan skripsi ini.
6. Segenap dosen pada Jurusan Syari'ah dan Ekonomi Bisnis Islam, baik dosen tetap maupun dosen LB yang telah mengajarkan berbagai ilmu pengetahuan kepada penulis mulai dari awal perkuliahan sampai pada tahap memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H).
7. Segenap staf akademik, baik pada Jurusan Syari'ah dan Ekonomi Bisnis Islam maupun pada Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene secara keseluruhan.
8. Kepala Desa Batu yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian di Desa Batu yang dipimpinnya, serta seluruh staf dan masyarakatnya yang telah membantu dalam proses penelitian sampai selesai.

9. Terima kasih kepada saudara saya Waisal Karni, Muammar Khadafi, Edy Dzutrajat, dan Intan Sri Ayu M. M yang senantiasa memberikan semangat dan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini
10. Terima kasih juga saya sampaikan kepada Nurhawa, Akbar Fahri, Ferdy, Zulfahmi, Muh. Ridwan P, Musliha, Mahfudza, Musdalipa dan teman-teman HES 5, teman-teman KKN, semua teman jurusan Syariah dan Ekonomi Bisnis Islam, serta teman-teman seangkatan 2019 yang telah membantu yang tidak sempat penulis sebutkan satu persatu atas motivasi, dukungan/bantuannya mulai dari awal perkuliahan sampai menyelesaikan skripsi ini.

Semoga skripsi ini dapat berkontribusi untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan bermanfaat bagi para pembaca, serta segala bantuan yang diberikan oleh berbagai pihak bernilai ibadah dan dilipatgandakan oleh Allah SWT, aamiin...

Majene, 29 Agustus 2023

Penulis


Mutjara Hikma Yahya

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	x
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Fokus Penelitian Dan Deskripsi Fokus	5
D. Penelitian Terdahulu	6
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN TEORETIS	10
A. Teori Bisnis	10
1. Pengertian bisnis	10
2. Tujuan bisnis	11
B. Teori Hukum Ekonomi Syariah	11
1. Pengertian hukum ekonomi syariah	11
2. Perspektif hukum ekonomi syariah mengenai bisnis	13
C. Teori Undang-Undang Perlindungan Konsumen	18
1. Pengertian Undang-undang perlindungan konsumen	18
2. Asas dan tujuan Undang-undang perlindungan konsumen ..	19
3. Dasar hukum perlindungan konsumen	21
BAB III METODE PENELITIAN	25
A. Jenis dan Lokasi penelitian	25
B. Pendekatan Penelitian	26
C. Metode Pengumpulan Data	27
D. Instrumen Penelitian	28
E. Sumber Data Penelitian	28

F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	28
G. Pengujian Keabsahan Data	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	31
A. Gambaran Umum Desa Batu Tapango	
1. Sejarah Desa Batu	31
2. Letak Geografis Desa Batu	33
3. Sumber Pendapatan Masyarakat Desa Batu	33
4. Proses Produksi Kerupuk/ <i>Kareppe</i> Desa Batu	35
5. Penyajian dan Analisis Data	36
B. Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Bisnis Kerupuk Tanpa Label Nama di Desa Batu Tapango	42
C. Tinjauan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Terhadap Bisnis Kerupuk Tanpa Label Nama di Desa Batu Tapango	48
BAB V PENUTUP	56
A. Kesimpulan	56
B. Implikasi Penelitian	59
DAFTAR PUSTAKA	61
PEDOMAN WAWANCARA	64
LAMPIRAN	65
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf-huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf latin dapat dilihat dari tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tsa	Š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syain	Sy	Es dan Ye

ص	Sad	S	Es
ض	Ḍad	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭha	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Dẓa	Ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	Ha	H	Ha
أ	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda

(').

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf	Nama
ا	<i>fathah</i>	A	A
اِ	<i>kasrah</i>	I	I
اُ	<i>d}ammah</i>	U	U

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat atau huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda yaitu harakat dan huruf, serta huruf dan tanda.

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا.../ا'...	<i>Fathah dan alif atau ya'</i>	Â	a dan garis di atas
اِ	<i>kasrah dan ya'</i>	Ī	i dan garis di atas
اُ	<i>Dhammah dan wau</i>	Ū	u dan garis di atas

4. Tâ'marbūtah

Transliterasi tā'marbūtah ada dua yaitu ta'marbutah yang hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dhammah, yang transliterasinya adalah [t]. Sedangkan ta'marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun transliterasinya adalah [n].

5. *Syaddah (tasydid)*

Syaddah atau tasydid yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid, dalam transliterasinya ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah. Jika huruf (ﻯ) maka transliterasinya seperti huruf maddah (i).

6. Kata sandang

Kata sandang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ل (alif lam ma'rifah). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

7. *Hamzah*

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

8. Penulisan kata Arab yang lazim digunakan dalam bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang di transliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering dituliskan dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi diatas.

Misalnya, kata al-Qur'an (dari al-Qur'ān), alhamdulillah dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

9. *Lafz al-Jalalah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului patikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau kata berkedudukan sebagai mudaf ilaih (frasanimal) ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

10. Huruf kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (All Caps), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (A). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CL, DP, CDK, dan DR).

ABSTRAK

Nama : Mutiara Hikma Yahya
NIM : 20256119186
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Judul : Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah dan Undang-Undang
Perlindungan Konsumen Terhadap Bisnis Kerupuk Tanpa
Label Nama (studi kasus di Desa Batu Tapango)

Penelitian ini membahas tentang 1) bagaimana tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap bisnis kerupuk tanpa label nama di Desa Batu Tapango dan 2) tinjauan Undang-undang Perlindungan Konsumen terhadap bisnis kerupuk tanpa label nama di Desa Batu Tapango.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field reseach*) yang bersifat deskriptif dengan menggunakan pendekatan perundang-undangan dan teologi normatif syar'i. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode obeservasi, wawancara dan dokumentasi. Data yang dikumpulkan selanjutnya dianalisis dengan menggunakan analisis reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bisnis kerupuk tanpa label nama yang ada di Desa Batu Kecamatan Tapango dalam perspektif hukum ekonomi syariah dan undang-undang perlindungan konsumen dengan demikian nampak jelas bahwa bisnis kerupuk tanpa label nama di Desa Batu Tapango ini bertentangan dengan ketentuan yang ada dalam undang-undang perlindungan konsumen, namun secara hukum ekonomi syariah tidak bertentangan hanya saja memang dalam memasarkan atau memproduksi kerupuk ini tidak ada label atau keterangan yang melekat pada hasil produksinya.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka peneliti menawarkan beberapa solusi yang dapat dilakukan sebagai implikasi dari penelitian, yaitu menyarankan kepada lembaga-lembaga yang berwenang seperti Dinas PERINDAGKOP UKM Polewali Mandar juga termasuk lembaga sentral di bawah naungan MUI, melakukan pelatihan kepada pelaku bisnis dan melakukan penyuluhan, serta memudahkan masyarakat dalam melakukan pemasangan label dan informasi terkait bagaimana memasarkan produk sesuai dengan dalam syari'at dan undang-undang. Diharapkan juga untuk mengeluarkan beberapa kebijakan atau aturan yang tegas kepada para pelaku bisnis yang memiliki efek jera agar tidak terjadi lagi masalah yang ditemukan dilapangan sehingga tercapainya bisnis yang aman sesuai dengan aturan yang ada dalam syari'at dan undang-undang.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam kehidupan bermasyarakat tidak terlepas dari usaha dagang atau biasa dikenal dengan sebutan bisnis. Beberapa bisnis digeluti sebagian masyarakat dalam berbagai bidang seperti kuliner, fashion, jasa dan sebagainya guna memenuhi kebutuhan hidup yang semakin hari semakin bertambah. Maraknya pelaku bisnis dalam berbagai bentuk, baik produk maupun jasa, mengindikasikan bahwa bisnis memiliki peranan yang sangat penting dalam peningkatan ekonomi masyarakat. Sejalan dengan hal itu, Abdurrahman al-Faqih menjelaskan bahwa bisnis merupakan kegiatan vital yang memiliki peranan dalam membantu menopang pembangunan ekonomi suatu negara.¹ Selanjutnya, Norvadewi menambahkan bahwa bisnis merupakan kegiatan ekonomi yang berperan vital dalam pemenuhan kebutuhan manusia.²

Berdasarkan penjelasan diatas, ringkasnya adalah bisnis merupakan kegiatan ekonomi yang berguna meningkatkan dan mempertahankan arus perekonomian suatu negara agar stabil serta membantu dalam pemenuhan berbagai kebutuhan masyarakat. Selain itu, *Bertens* menjelaskan bahwa bisnis tidak hanya sekedar meliputi aktivitas transaksi antara pelaku usaha dan konsumen, melainkan menyangkut pada beberapa proses, yakni produksi pemasaran, pengerjaan, serta interaksi antar manusiawi yang terlibat dalam kegiatan ekonomi tersebut dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan.³

¹ Abdurrahman A, *Prinsip-Prinsip Praktik Bisnis dalam Islam Bagi Pelaku Usaha Muslim*, *Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM*, Vol. 24, No. 3, 2017, h. 448-466. <https://doi.org/10.20885/iustum.vo.24.iss3.art6> (Diakses 25 Maret 2023).

² Norvawedi, *Bisnis dalam perspektif islam (Telaah Konsep, Prinsip dan Landasan Normatif)* *Jurnalh. 33ekonomi dan bisnis islam, al tijary*, vol. 1. No. 1 Desember 2015, h.33-46. <https://doi.org/10>

³ Berten, K, *Pengantar Etika Bisnis* (Yogyakarta: Kanisius, 2000), h. 17.

Kaitannya dengan agama, bisnis bukanlah hal baru bagi umat Islam. Dalam al-Qur'an mencantumkan kata dagang yakni *al-Tijarah* yang berarti jual beli atau perniagaan.⁴ Seruan dalam berbisnis dan mencari rezeki dijelaskan oleh Allah berfirman dalam QS al-Mulk:67 15

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

Terjemahnya :

Dialah yang menjadikan untuk (kenyamanan hidup kamu) bumi (yang kamu huni ini, sehingga ia) mudah (untuk melakukan aktivitas) maka berjalanlah ke penjuru-penjuruNya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya dan hanya kepada-Nya lah kebangkitan (kamu untuk mempertanggungjawabkan amal kamu).⁵

Terjemahnya Bahasa Mandar :

*Iyamo (puang) iya mappajari lino mamlammor di sesemu mie', jari pellambamo'o mie' di inggannana (engeang) anna andeo mie' sambareang pole di pappabengan-Na anna sangga' di sese-Na (membali'o mie dipuramu) dipatiwa'as.*⁶

Ayat di atas mengandung makna yang sangat dalam sebagai seruan kepada manusia untuk selalu bertaqwa kepada Allah swt dan perintah berusaha mendapatkan dan mencari rezeki dan nafkah dengan cara-cara yang baik yang dicintai Allah swt. Salah satu cara yang sering dilakukan pada zaman Nabi adalah aktivitas berdagang. Melalui perdagangan, masyarakat Islam membangun Islam hingga sampai dengan sekarang.

Dalam dunia bisnis, pelaku usaha atau pebisnis dan konsumen (pemakai barang dan jasa) sama-sama mempunyai kebutuhan dan kepentingan. Kepentingan konsumen adalah untuk memperoleh kepuasan dari segi kualitas dan harga suatu

⁴Fitri Amalia, Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi Bagi Pelaku Usaha Kecil, *Allqitshad*, Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah, Vol. 6, No.1, 2014, h. 118.

⁵Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung: Syaamil, 2019), h. 563.

⁶ Muh. Idham Khalid Bodi, dkk., *Koroa'ang Mala'bi: Al-Quran Terjemahan Bahasa Mandar dan Indonesia* (Jakarta: Direktorat Jenderal Bimas Islam Kementerian Agama Republik Indonesia, 2019), h. 1054.

barang atau produk yang diberikan pelaku bisnis sedangkan kepentingan pelaku usaha adalah untuk memperoleh keuntungan dari proses transaksi dengan konsumen. Pelaku usaha harus memiliki tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan.

Namun, dalam praktiknya, seringkali terjadi peluang yang menjadikan konsumen sebagai sasaran kecurangan oleh pihak pelaku usaha.⁷ Oleh karena itu, diperlukan suatu aturan-aturan dan nilai-nilai yang mengatur kegiatan bisnis tersebut agar tidak ada pihak-pihak yang dirugikan dan dieksploitasi baik pihak konsumen, karyawan maupun siapa saja yang ikut terlibat dalam kegiatan bisnis tersebut serta dapat menjamin kepuasan dan kepercayaan dari kedua belah pihak, baik pelaku usaha maupun konsumen itu sendiri dalam sebuah transaksi bisnis.

Kenyataan yang seringkali terjadi dalam dunia usaha adalah fenomena produk tanpa label nama. Hal ini dapat ditemukan pada salah satu jenis bisnis olahan makanan produksi rumahan atau bisnis kerupuk (*kareppe*) di Desa Batu, Kecamatan Tapango, Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat. Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat di Desa Batu bermata pencaharian sebagai pedagang dan petani. Bagi para pedagang atau pebisnis, masyarakat dominan menggeluti usaha produksi olahan kerupuk atau dikenal dengan istilah *karappe* oleh masyarakat setempat. Namun, produk olahan makanan tersebut tidak memiliki label nama, keterangan halal, keterangan konsumsi, dan syarat-syarat lainnya yang seharusnya dipenuhi dalam etika bisnis. Padahal, sesuai dengan aturan perundang-undangan dalam Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen berdasarkan

⁷Fathurrahman Djamil, Hukum Ekonomi Islam (Jakarta Timur: Sinar Grafika, 2013), h.5.

Pasal 8 angka (1) dan (2) dijelaskan bahwa:

Pelaku Usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan produk dan/atau jasa yang : 1) tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas produk tertentu. 2) dengan sengaja tidak mencantumkan label atau membuat penjelasan tentang produk yang memuat nama produk, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha dan keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan yang harus dicantumkan.⁸

Fenomena tidak menyertakan label nama pada sebuah produk sangat patut menjadi perhatian, terkhususnya untuk para pengomsumsi *kareppe*. Karena dalam praktiknya ada hak konsumen yang tidak tersalurkan yang bisa memicu adanya kerugian dan ketidakadilan bagi salah satu pihak. Oleh sebab itu, dalam kaitannya dengan penelitian ini, peneliti tertarik dalam melakukan analisa secara hukum ekonomi Islam dan secara undang-undang perlindungan konsumen terhadap bisnis kerupuk tanpa label. Dengan demikian, penelitian ini mengangkat judul **“Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen terhadap Bisnis Kerupuk Tanpa Label Nama (Studi Kasus Desa Batu, Tapango)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah yang akan dijawab pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap bisnis kerupuk tanpa label nama di Desa Batu Tapango?
2. Bagaimana Tinjauan Undang-Undang Perlindungan Konsumen terhadap bisnis kerupuk tanpa label nama di Desa Batu Tapango?

⁸ Pasal 8 Angka 1 dan 2 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

C. Fokus Penelitian dan Deskripsi Fokus

Untuk menghindari perbedaan penafsiran pada judul penelitian ini, maka peneliti memberikan penjelasan tentang fokus penelitian dan deskripsi fokus dalam penelitian ini, antara lain:

1. Hukum ekonomi syariah, yaitu sekelompok aturan yang mengatur tentang semua kegiatan ekonomi sesuai dengan syari'at. Dalam penelitian hukum ekonomi syariah merupakan sebuah norma yang mengatur keggiatan yang dilakukan mesyarakat berdasarkan syariah.
2. Undang-undang perlindungan konsumen, merupakan sekelompok aturan yang mengatur tentang perlindungan kepada konsumen yang melindungi dan memenuhi hak konsumen. Dalam penelitian ini adalah aturan atau hukum yang mengatur tentang perlindungan konsumen terhadap bisnis keripik yang digeluti oleh masyarakat desa Batu Tapango;
3. Bisnis kerupuk, adalah sebuah kegiatan usaha yang dilakukan oleh sekelompok masyarakat. Dalam penelitian ini yaitu usaha atau kegiatan yang dikerjakan oleh masyarakat yang ada di Desa Batu Tapango;
4. Label, merupakan keterangan nama produk, daftar bahan yang digunakan, berat bersih/isi bersih, nama dan alamat produsen, tanggal dank ode produksi, keterangan kadaluarsa, keterangan halal dan nomor izin edar, serta informasi lainnya mengenai produk. Dalam penelitian ini adalah sebuah tanda pengenal berupa nama atau keterangan menyangkut olahan bisnis kerupuk yang dilakukan masyarakat Desa Batu Tapango;

D. Penelitian Terdahulu

Penelitian terlebih dahulu merujuk pada penelitian yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilaksanakan peneliti guna mengetahui perbedaan dan persamaan penelitian.

1. Rina Mariana melakukan penelitian dengan judul “Perspektif Hukum Ekonomi Syariah terhadap Produk yang tidak Memiliki Label Halal”. Tahun 2017. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal pada produk makanan terhadap keputusan pembelian. Metodologi penelitian yang penulis lakukan adalah kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagai konsumen terbesar terhadap produk yang tidak berlabel halal menurut sudut pandang Islam, sebaiknya semua produk dibuat oleh produsen muslim dengan tuntunan ajaran syari’at Islam.⁹

Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini terletak pada tujuan, dan fokus penelitian dimana penelitian diatas bertujuan untuk mengetahui pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan dalam membeli produk makanan sedangkan tujuan penelitian ini adalah untuk menggambarkan praktik bisnis tanpa label nama dan menganalisanya tidak hanya dari perspektif hukum ekonomi Islam saja melainkan menganalisa dari pendekatan hukum, yakni undang-undang perlindungan konsumen. Sehingga, penelitian sebelumnya hanya berfokus pada satu pendekatan dalam melihat pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian produk. Sedangkan penelitian ini berfokus pada dua pendekatan yakni dari segi perspektif hukum ekonomi Islam dan undang-undang perlindungan konsumen. Adapun persamaan dengan penelitian sebelumnya yakni sama sama membahas bisnis dilihat dari tinjauan hukum ekonomi Islam.

⁹ Rina Mariana, *Perspektif Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Produk yang Tidak Memiliki Label Halal* (Skripsi, Fakultas Studi Islam, Kalimantan MAB Banjarmasin, 2017), h.1-7

2. Fina Zahratul Ifah melakukan penelitian dengan judul “Perlindungan Konsumen dalam Pemasangan Label Produk Kripik Singkong Perspektif UU NO 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Masalah Mursalah”. Tahun 2021. Perbedaan penelitian ini dan penelitian sebelumnya terletak pada fokus masalah dimana pada penelitian yang dilakukan oleh Fira Zahratul Ifah menjadikan bagaimana praktek pemasangan label pada produk kripik singkong dilihat dari Undang-undang Perlindungan Konsumen dan Masalah mursalah sebagai masalahnya. Sedangkan pada penelitian ini yang dijadikan sebagai fokus masalahnya ialah bagaimana bisnis kerupuk tanpa label nama yang ada di Desa Batu Tapango ditinjau dari hukum ekonomi syariah dan Undang-undang perlindungan konsumen. Adapun persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas Undang-undang Perlindungan Konsumen.¹⁰
3. Amna Mariyah melakukan penelitian dengan judul “Jual Beli Produk tanpa Label Harga Ditinjau Menurut Perspektif *Bai’Mu’atah* dan UU NO.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (studi kasus pada Swalayan Gampong Kopelma Darussalam kota Banda Aceh)”. Tahun 2019. Perbedaan antara penelitian ini dan penelitian sebelumnya adalah pada penelitian sebelumnya kajian penelitiannya lebih menjurus pada jual beli produk tanpa label dengan melihat ketentuan yang terdapat dalam konsep *bai’ mu’atah* dan bagaimana konsumen mengambil sikap atas permasalahan sebagaimana yang terdapat dalam UU Perlindungan Konsumen itu sendiri. Sedangkan penelitian selanjutnya berfokus pada bisnis kerupuk tanpa label nama yang ada di Desa Batu Tapango dengan melihat dari Tinjauan Hukum Ekonomi

¹⁰Fina Zahratul Ifah, Perlindungan Konsumen dalam Pemasangan Label Produk Kripik Singkong Perspektif UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Masalah Mursalah: Studi kasus Desa Jatitamban Kecamatan Wringin Kabupaten Bondowoso, (Skripsi, Fakultas Syariah IAIN Jember, Jember, 2021), h. 4-7.

Syariah dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen.¹¹ Persamaan dalam kedua penelitian ini adalah kedua penelitian ini memiliki fokus penelitian yang dilihat dari Undang-undang Perlindungan Konsumen.

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan:

1. Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap bisnis kerupuk tanpa label nama di Desa Batu Tapango.
2. Tinjauan Undang-Undang Perlindungan Konsumen terhadap bisnis kerupuk tanpa label nama di Desa Batu Tapango.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik secara teoretis maupun secara praktis, sebagai berikut:

1. Manfaat teoretis.

Secara teoretis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya wawasan peneliti dan para pembaca mengenai pentingnya menaati aturan dalam melaksanakan bisnis, termasuk pencaman label nama pada kemasan, baik dilihat dari perspektif Undang-undang perlindungan konsumen maupun dalam perspektif hukum ekonomi syari'ah.

2. Manfaat praktis.

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat secara praktis, terutama untuk institusi STAIN Majene, masyarakat umum, peneliti maupun untuk peneliti berikutnya.

¹¹ Amna Mariyah, *Jual Beli Produk tanpa Label Harga Ditinjau menurut Perspektif Bai' Mu'atah dan UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen: Studi kasus pada Swalayan Gampong Kopelma Darussalam Kota Banda Aceh*, (Skripsi, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Ar-Raniry, Darussalam-Banda Aceh, 2019), h. 3-9.

- a. STAIN Majene; diharapkan dapat menambah koleksi karya ilmiah atau referensi pada perpustakaan STAIN Majene yang membahas tentang topik-topik ekonomi syariah.
- b. Masyarakat umum; diharapkan dapat memberikan pemahaman terhadap masyarakat, baik pebisnis/penjual maupun konsumen mengenai pentingnya mencantumkan label nama pada kemasan makanan sebagai bentuk pertanggung jawaban pebisnis terhadap konsumen tentang higienitas dan kehalalan suatu produk terutama juga dilihat dari perspektif hukum Islam.
- c. Peneliti; diharapkan dapat menambah pengetahuan peneliti minimal terkait hal yang dibahas dalam skripsi ini.
- d. Peneliti berikutnya; diharapkan dapat menjadi tambahan referensi bagi peneliti berikutnya yang ingin melakukan penelitian yang sama dengan pendekatan dan dalam ruang lingkup yang lebih luas lagi.

BAB II

TINJAUAN TEORETIS

A. Teori Bisnis

1. Pengertian bisnis

Secara etimologi, bisnis berasal dari kata *business* atau *businessess* (plural) dalam bahasa Inggris. Bisnis diartikan sebagai sebuah aktivitas yang berkaitan dengan dagang, usaha, perniagaan, dan ketataniagaan.¹² Sedangkan di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai usaha dagang, usaha komersial dalam dunia perdagangan di bidang usaha.¹³ Bisnis merupakan suatu aktivitas yang berkaitan dan mempunyai kepentingan dengan yang berkaitan dengan lingkungan.¹⁴

Secara terminologi, bisnis dapat diartikan sebagai usaha dan kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok dimana memproduksi barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan menghasilkan keuntungan bagi pribadi dan kelompok sebagai pelaku usaha. Hal ini dikuatkan oleh pendapat Gouzali Saydam (2006:1) yang menyatakan bahwa bisnis adalah semua kegiatan yang dilakukan seseorang atau lebih, yang terorganisir dalam mencari keuntungan melalui penyediaan produk yang dibutuhkan masyarakat. Selanjutnya Buchari Alma dan Donni Juni Priansa memberikan definisi bisnis sebagai kegiatan yang menyediakan barang pada waktu yang tepat, jumlah yang tepat, mutu yang tepat dan harga yang cocok.

¹² John Echols, Hasan Shadily, Kamus Inggris-Indonesia (Cet. XXII; Jakarta: Gramedia, 1996), h. 90.

¹³ Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, Kamus Besar Bahasa Indonesia (Cet. II; Jakarta: Balai Pustaka, 1994), h. 38.

¹⁴ Muhamad, Bisnis Syariah: Transaksi dan Pola Pengikatannya (Cet. I; Depok: Rajawali Pers, 2018), h. 80.

Islam mengajarkan nilai-nilai ekonomi yang didasarkan pada ajaran tauhid.¹⁵ Bisnis dapat dimaknai sebagai semua jenis aktivitas dari berbagai macam transaksi yang dilakukan oleh manusia untuk mendapatkan keuntungan atau laba, baik berbentuk barang ataupun berbentuk jasa guna memenuhi kebutuhan hidup masyarakat.¹⁶

Berdasarkan dari beberapa pendapat ahli di atas, bisnis merupakan sebuah aktivitas ekonomi yang dilakukan oleh perorangan atau suatu kelompok dengan menyajikan suatu produk baik berupa barang atau jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat yang digunakan sesuai kebutuhan masing-masing.

2. Tujuan bisnis

Tujuan bisnis adalah untuk mengajak agar orang mau membeli produk yang kita buat atau ingin menggunakan jasa yang kita tawarkan sehingga produk dan jasa yang kita produksi dapat beredar, berkembang dan dikenal masyarakat luas sehingga kita bisa mendapatkan laba yang lebih. Tujuan bisnis juga dapat dikatakan untuk menyediakan produk baik berupa barang maupun berupa jasa yang diproduksi guna memenuhi kebutuhan konsumen untuk mendapatkan keuntungan atau laba dari hasil produk yang dihasilkan.

B. Teori Hukum Ekonomi Syariah

1. Pengertian hukum ekonomi syariah

Kata hukum yang dikenal dalam bahasa Indonesia berasal dari bahasa arab hukum yang berarti putusan (*judgement*) atau ketentuan (*provision*). Dalam ensiklopedia hukum Islam, hukum berarti penetapan sesuatu atas sesuatu atau

¹⁵ Aris Baidowi, *Etika Bisnis Perspektif Islam, Jurnal Hukum Islam, Vol. 9, No. 2, 2011.*
h. 239. <https://media.neliti.com/media/publications/37019-ID-etika-bisnis-pesrpektif-islam.pdf>
(Diakses 25 Maret 2023)

¹⁶ Evan Hamzah Muchtar, *Konsep Hukum Bisnis Syariah dalam al-Quran Surat al-Baqarah [2] Ayat 168-169 (Kajian Tematis Mencari Rezeki Halal), Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol. 2, No. 2, 2018, h. 158.* <https://core.ac.uk/download/pdf/276275049.pdf> (Diakses 28 Maret 2023)

meniadakannya.¹⁷ Sebagaimana telah disebut di atas, bahwa kajian ilmu ekonomi Islam terikat dengan nilai-nilai Islam, atau dalam istilah sehari-hari terikat dengan ketentuan halal-haram, sementara persoalan halal-haram merupakan salah satu lingkup kajian hukum, maka hal tersebut menunjukkan keterkaitan yang erat antara hukum, ekonomi dan syariah.

Istilah ekonomi syari'ah atau perekonomian syari'ah hanya dikenal di Indonesia. Sementara di negara-negara lain, istilah tersebut dikenal dengan nama ekonomi Islam (*Islamic economy, al- iqtishad al-Islami*) dan sebagai ilmu disebut ilmu ekonomi Islam (*Islamic economics,, ilm ai-iqtishad al-Islami*).

Setiap manusia pada dasarnya diperintahkan agar mampu bekerja dan melakukan usaha untuk mendapatkan penghidupan yang layak. Usaha yang dilakukan dibolehkan dalam bentuk apapun selama itu tidak menyalahi aturan dan tidak melanggar norma-norma yang ada baik dilihat dari perspektif agama maupun undang-undang yang berlaku.

Iqthishad (ekonomi) di definisikan dengan pengetahuan tentang aturan yang berkaitan dengan produksi kekayaan, mendistribusikan, dan mengonsumsinya.¹⁸ Sedangkan menurut Muhammad Anwar menjelaskan ekonomi adalah *the science which studies human behaviour as a relationship between ends and scarce which have alternatif uses*.¹⁹ Ekonomi adalah ilmu pengetahuan yang mempelajari tingkah laku manusia yang berhubungan dengan kebutuhan dan sumber daya yang terbatas.

¹⁷ HA. Hafizh Dasuki, *Ensiklopedi Hukum Islam PT Ichtiar Baru van Hoeve* (Jakarta: FIK- IMA, 2011), h. 571.

¹⁸ Husain Hamid Mahmud, *al-nizham al-mal wa al-iqthishad, dalam ekonomi islam* ed Rozalinda (Jakarta: PT Rajagrafindo persada, 2015), h. 3.

¹⁹ Muhammad Anwar, *Islamic Economic Methodology dalam ekonomi Islam*, ed Rozalinda (Jakarta: PT Rajagrafindo persada, 2015), h .3.

2. Perspektif hukum ekonomi syariah mengenai bisnis

a. Pengertian bisnis menurut hukum ekonomi syariah

Dalam Islam, seluruh kegiatan manusia termasuk ekonomi (muamalah) diberikan pembatasan dalam hal yang boleh dilakukan (halal) dan hal-hal yang tidak boleh dilakukan (haram). Dalam bisnis syariah, bisnis yang dilakukan harus berlandaskan pada syariat Islam. Semua hukum dan aturan yang ada dilakukan untuk menjaga pebisnis agar mendapatkan rejeki yang halal dan di ridhai oleh Allah swt.

Al-Quran menyebutkan konsep bisnis dengan beberapa kata, diantaranya: *al-Tijarah*. *Al-Tijarah* yang memiliki arti berdagang atau berniaga, *al-bai'u* yang berarti menjual, dan *tadayantum* yang berarti muamalah.²⁰ Mencari keuntungan dalam melaksanakan sebuah usaha atau bisnis bukan merupakan tujuan utama menurut pandangan al-Qur'an melainkan mencari keberkahan, ridha Allah swt, keuntungan yang hakiki, dan berdampak baik bagi setelahnya sebagaimana dalam firman Allah QS at-Taubah/10 :111.

إِنَّ اللَّهَ اشْتَرَىٰ مِنَ الْمُؤْمِنِينَ أَنفُسَهُمْ وَأَمْوَالَهُمْ بِأَنَّ لَهُمُ الْجَنَّةَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَيَقْتُلُونَ وَيُقْتَلُونَ وَعَدًّا عَلَيْهِ حَقًّا فِي التَّوْرَةِ وَالْإِنْجِيلِ وَالْقُرْآنِ وَمَنْ أَوْفَىٰ بِعَهْدِهِ مِنَ اللَّهِ فَاسْتَبْشِرُوا بِالَّذِي بَايَعْتُمْ بِهِ وَذَلِكَ هُوَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ

Terjemahnya:

Sesungguhnya Allah membeli dari orang-orang mukmin diri dan harta mereka dengan surga yang Allah peruntukkan bagi mereka. Mereka berperang di jalan Allah sehingga mereka membunuh atau terbunuh. (Demikian ini adalah) janji yang benar dari Allah di dalam Taurat, Injil, dan Al-Qur'an. Siapakah yang lebih menepati janjinya daripada Allah? Maka, bergembiralah dengan jual beli yang telah kamu lakukan itu. Demikian itulah kemenangan yang agung.²¹

²⁰ Akhmad Nur Zaroni, *Bisnis dalam Perspektif Islam (Telaah Aspek Keagamaan dalam Kehidupan Ekonomi)*, Jurnal Mazahib, Vol. 4, No. 2, 2007, h. 177-179. <https://journal.iain-samarinda.ac.id/index.php/mazahib/articel/view/507/395> (Diakses 31 Maret 2023)

²¹ Departemen Agama RI, *A-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung: Syaamil, 2019) h.

Terjemahnya dalam Bahasa Mandar :

*Sitongangna Puang Allah Taala pole di to mattappa', alawe anna barangna ise'iya siola nabenganna suruga lao ise'iya. Ise'iya mammusu' di tangalalangna Puang Allah Taala, mane ise'iya mambuno iyade' di bunoi. Iya di'o talli' tongang polei di Puang Allah Taala lalang di Taurat,, anna Injil, anna Koroang. Anna inai la'bi mappasilennarang janjinna selaengna Puang Allah Taala? Jari pariomo'o mie'sawa'pa'baluang anna pa'alliang iya mupogau', anna iyamo di'o apalakang iya maraya.*²²

Dari ayat di atas dapat dipahami bahwa seseorang yang hanya bertujuan mencari keuntungan semata akan ditantang oleh Allah dengan tawaran suatu bursa yang tidak mengenal kerugian atau penipuan. Begitu pula dengan bisnis kerupuk yang dilakukan oleh sebagian masyarakat yang tidak mencantumkan label pada olahan produksi yang mereka hasilkan. Masyarakat memproduksi suatu barang atau jasa namun tidak memperhatikan hal-hal yang harus dicantumkan dalam olahan produksi tersebut.

Oleh sebab itu, bisnis dengan di dasarkan pada syariat agama akan membawa pada keberkahan dan kesejahteraan dunia akhirat.²³ Dalam menjalankan bisnis, seseorang wajib tetap mengingat Allah swt dalam setiap aktivitasnya sehingga pebisnis akan terhindar dari sifat-sifat tercela seperti curang, berbohong, dan menipu. Ketika bisnis dijalankan dengan ketaqwaan kepada Allah swt maka akan selalu hadir dalam hati keyakinan bahwa Allah swt selalu ada membantunya.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa bisnis dalam persektif hukum ekonomi syariah adalah suatu kegiatan atau usaha berdagang, menjual, berniaga sesuai aturan-aturan syariah dengan maksud tidak hanya semata mendapatkan keuntungan melainkan memperoleh keberkahan, kebaikan,

²²Muh. Idham Khalid Bodi, dkk., *Koro'ang Mala'bi: Terjemahan Bahasa Mandar dan Indonesia* (Makassar: Direktorat Jenderal Bimas Islam Kementerian Agama Republik Indonesia, 2019), h. 339.

²³ Ariyadi, *Bisnis dalam Islam: Jurnal Hadratul Madaniyah* (Palangka Raya: RTA Milono, 2018), Vol. 5, No. 1, h. 13 -26. <https://doi.org/10.33084/jhm.v5i1.159>. (Diakses 28 Maret 2023).

keridhaan Allah swt. Yusup Azazy menjelaskan bahwa bisnis yang dilakukan dengan cara yang baik akan mendatangkan kebaikan dan manfaat sedangkan bisnis yang dilakukan dengan perilaku tercela seperti curang, berbohong dan sebagainya akan mendatangkan kemudharatan.²⁴ Hal ini berarti bisnis tidak hanya berfokus pada aktivitas jual beli demi memperoleh keuntungan melainkan memperhatikan aturannya dalam al-Qur'an dan hadis. Menurut al-Qur'an bahwa bisnis yang baik memperhatikan konsep halal dan akhlak atau etika dalam berbisnis.

b. Dasar hukum Islam tentang bisnis

Islam sama sekali tidak mencela orang-orang yang melakukan aktivitas bisnis. Mencari rezeki dengan cara berbisnis oleh al-Qur'an dinamakan mencari karunia ilahi atau fadhllullah. Sama halnya ketika ingin melakukan aktivitas lainnya, setiap muslim yang ingin melakukan kegiatan bisnis juga merujuk kepada al-Qur'an dan juga hadits. Hukum bisnis Islam merupakan suatu disiplin ilmu yang didasarkan pada sumber hukum yang ada dalam Islam.

Ayat al-Qur'an yang menjelaskan tentang perintah Allah dalam mencari rezeki dengan cara berbisnis salah satunya terdapat dalam QS Yasiin/36: 35.

لِيَأْكُلُوا مِنْ ثَمَرِهِ وَمَا عَمِلَتْهُ أَيْدِيهِمْ

Terjemahnya:

*Agar mereka dapat makan dari buahnya, dan dari hasil usaha tangan mereka.*²⁵

Terjemahnya bahasa Mandar:

*Malaai ise'iya maande pole di bua-buana, anna pole di anu nausahai limanna ise'iya.*²⁶

²⁴ Yusup Azazy, Rusmani, *Prinsip Bisnis dalam Perspektif Hukum Ekonomi Islam*, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Jati, Jurnal Ekonomi Syariah, Vol. 5, No. 2, Juli 2010, h. 99. <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php?mua/articel/view/5169>. (Diakses 25 Maret 2023)

²⁵ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung: Syaamil), 2019, h.

²⁶ Muh. Idham Khalid Bodi, dkk., *Koro'ang Mala'bi: Al-Quran Terjemahan Bahasa Mandar dan Indonesia* (Makassar: Direktorat Jenderal Bimas Islam Kementerian Agama Republik Indonesia), 2019, h. 799.

Ayat tersebut diatas menjelaskan tentang perintah Allah swt untuk mencari rezeki dengan hasil usaha sendiri dari apa yang dilakukan salah satunya dengan cara berbisnis. Ayat ini juga menyampaikan kepada manusia tentang apa yang akan mereka dapatkan dari hasil usahanya.

c. Prinsip-prinsip bisnis Islam

Islam hadir memberikan rambu-rambu atau aturan berupa prinsip-prinsip yang dipedomani ketika menjalankan sebuah usaha atau bisnis. Beberapa prinsip yang harus dijalankan dalam praktik bisnis Islam, diantaranya sebagai berikut:

1) Prinsip halal

Allah swt menyerukan kepada manusia mencari rezeki dengan cara-cara yang baik (halal).

2) Thayyib

Thayyibah atau tuba berarti sesuatu yang baik atau elok dan memberikan manfaat tidak hanya bagi diri sendiri tetapi juga mitra bisnis dan masyarakat luas.

3) Kejujuran

Menurut Islam, kejujuran merupakan modal utama dalam berbisnis agar terhindar dari kemudharatan. Bersikap jujur dalam menjalankan sebuah usaha adalah sikap yang dicontohkan oleh Rasulullah saw.²⁷ Seorang pebisnis harus berkomitmen untuk selalu berlaku jujur sehingga membawa pada ketentraman hati, keberkahan dan mengangkat derajat orang tersebut di surga-Nya.

4) Kewajaran

Selain jujur, sifat kewajaran harus mejadi prinsip yang dipedomani dalam berbisnis sebab seringkali terjadi ketidakwajaran dalam menentukan

²⁷M. Azrul Tanjung, Fikri, dkk., *Meraih Surga dengan Berbisnis* (Jakarta: Gema Insani, 2013), h. 88.

keuntungan yang diperoleh. Baik produsen, perantara (grosir) dan pengecer seharusnya memperoleh keuntungan sewajarnya atau sesuai porsinya.²⁸

5) Seimbang

Islam mengajarkan agar dalam berbisnis sepatutnya dilakukan dengan tetap menjaga keseimbangan dan kesesuaian dengan alam semesta juga memakmurkan bumi.

6) Bersaing secara sehat

Sesungguhnya persaingan ialah salah satu cara mencari patner untuk membangkitkan umat agar menjadi lebih kreatif, inovatif dan terus berinovasi dalam melakukan sebuah usaha atau bisnis.²⁹

7) Etos kerja

Islam mengajarkan agar seseorang memiliki etos kerja yang tinggi. Profesionalisme dan kemampuan memanfaatkan teknologi yang ada.³⁰ Etos merupakan karakter atau sikap terhadap bagaimana seseorang untuk mampu menyikapi dan bertindak dengan gagasan yang komprehensif mengenai sebuah tatanan.³¹

8) Profesional

Merupakan sebuah panggilan untuk orang yang mahir dalam suatu bidang tertentu. Contohnya seperti Nabi Muhammad SAW yang mempunyai sikap senantiasa berikhtiar semaksimal untuk mengerjakan sesuatu ataupun dalam menghadapi suatu persoalan.³²

²⁸ M. Azrul Tanjung, Fikri, dkk., *Meraih Surga dengan Berbisnis* (Jakarta: Gema Insani, 2013), h. 89.

²⁹ M. Azrul Tanjung, Fikri, dkk., *Meraih Surga dengan Berbisnis*, h. 91.

³⁰ M. Azrul Tanjung, Fikri, dkk., *Meraih Surga dengan Berbisnis*, h. 92

³¹ Ferry Novliadi, *Hubungan antara Organization Based Self Esteem dengan Etos Kerja* (Medan: t.p, 2009), h. 4.

³² M. Ma'rul Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syariah* (Cet. I; Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2013), h. 41.

C. Teori Undang-Undang Perlindungan Konsumen

1. Pengertian Undang-undang perlindungan konsumen.

Setiap usaha atau bisnis harus mampu memberikan kepuasan dan kenyamanan terhadap konsumen atau pelanggan. Kedua belah pihak, baik konsumen dan produsen sebaiknya merasakan kenyamanan saat melakukan proses transaksi. Namun, secara fakta banyak terjadi praktik-praktik bisnis yang bermasalah yang tentu saja banyak mendatangkan kerugian bagi konsumen. Oleh karena itu, diperlukan aturan yang dapat memberikan perlindungan kepada konsumen dalam pemenuhan kebutuhannya sebagai konsumen.

Undang-undang perlindungan konsumen merupakan seperangkat aturan hukum yang bertujuan memberikan perlindungan terhadap hak-hak konsumen dalam memperoleh dan memenuhi kebutuhannya. Menurut Sidobalok, Undang-undang perlindungan konsumen menjelaskan mengenai aturan-aturan hukum yang membahas hak dan kewajiban konsumen dan produsen dalam menjalankan sebuah usaha dagang atau bisnis dalam rangka memenuhi kebutuhannya.³³ Berdasarkan hal tersebut, dapat diketahui bahwa Undang-undang perlindungan konsumen hadir sebagai salah satu upaya memberikan perlindungan dan penjaminan terhadap hal hal yang dapat merugikan konsumen.

Kata konsumen berasal dari istilah dalam bahasa Inggris, yakni *consumer*, yang berarti seseorang yang berbelanja atau sebagai pemakai dan pembentuk. Pengertian secara yuridis mengenai konsumen dijelaskan dalam pasal 1 UU No. 8 Tahun 1999 tentang UUPK yang berbunyi:

konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan /jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.³⁴

³³ Sidobalok J, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014), h. 39.

³⁴ Miru Ahmadi, Yodo Sutarman, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008) h. 1.

UU Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Republik Indonesia juga memberikan penjelasan terkait adanya hak konsumen antara lain berupa hak atas kenyamanan, keselamatan serta keamanan dalam memakai atau mengonsumsi barang atau jasa tersebut.³⁵

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa konsumen merupakan setiap orang yang menggunakan barang atau jasa yang diberikan produsen atau pelaku usaha untuk memenuhi segala kebutuhannya. Keberadaan undang-undang perlindungan konsumen (UUPK) sangat membantu bagi pihak konsumen dalam upaya menjamin adanya kepastian hukum terhadap perlindungan hak-hak mereka sebagai konsumen. Selain itu, tujuan penyelenggaraan, pengembangan dan perlindungan konsumen juga dapat mendorong kesadaran pelaku usaha di dalam melakukan kegiatan usahanya dengan penuh tanggung jawab.

2. Asas dan Tujuan Undang-undang perlindungan konsumen

Adapun makna dari perlindungan konsumen adalah upaya memberikan dan memastikan secara hukum hak dan kewajiban konsumen. Menurut pasal 3 UU No.8 Tahun 1999, tujuan dari perlindungan konsumen, yakni:

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi pemakaian barang dan/jasa;
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;

³⁵ Dwi Ratnasari, *Jual Beli Produk Makanan tanpa Label di Pasar Lakessi Parepare: Analisis Etika Bisnis Islam* (Skripsi, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam IAIN Parepare, Parepare, 2019), h. 36.

- d. Menciptakan sistem Perlindungan Konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen ini sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
- f. Meningkatkan mutu barang dan jasa yang menjamin kelangsungan usaha suatu produk baik barang maupun jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen.

Berdasarkan UUPK pasal 2 perlindungan konsumen yang diselenggarakan sebagai usaha bersama semua pihak yang terkait, baik itu masyarakat, pelaku usaha dan pemerintah yang di dasarkan pada lima asas, diantaranya :³⁶

a. Asas Manfaat

Asas ini dimaksudkan unntuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.

b. Asas keadilan

Asas ini bermaksud agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.

c. Asas keseimbangan

Asas ini memiliki maksud untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materil dan spiritual.

³⁶ Ahmad Miru, Yodo Sutarman, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: PT. Raja Grafinndo Persada, 2004), h. 25-26.

d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen

Asas ini bertujuan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang digunakan.

e. Asas kepastian hukum

Asas kepastian hukum bertujuan agar pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam menyelenggarakan Perlindungan Konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

3. Dasar hukum perlindungan konsumen

Hukum Perlindungan Konsumen yang berlaku di Indonesia mempunyai aturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Dengan adanya dasar hukum yang pasti, maka perlindungan terhadap hak-hak konsumen dapat dilakukan dengan optimis. Terdapat beberapa pakar yang menyebutkan bahwa hukum Perlindungan Konsumen merupakan cabang dari hukum ekonomi. Dengan alasan bahwa barang dan jasa merupakan bagian dari hukum perdata. Sebagaimana telah disebutkan sebelumnya bahwa peraturan tentang hukum Perlindungan Konsumen diatur dalam Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Adapun hak dan kewajiban konsumen antara lain :

a. Hak konsumen

Berdasarkan dalam Pasal 4 Undang-undang perlindungan konsumen, hak konsumen adalah :

- 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 kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- 9) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan Perundang-undangan lainnya.³⁷

b. Kewajiban konsumen

Kewajiban konsumen dipertegas dan diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam Pasal 5 yang berbunyi :

- 1) Membaca serta mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- 2) Berniat baik dalam melakukan transaksi pembelian barang atau jasa;
- 3) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang telah disetujui;
- 4) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa Perlindungan Konsumen secara Patut.

³⁷ Ahmadi Miru, Yodo Sutarman, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h. 39.

Adapun hak dan kewajiban pelaku usaha ialah :

a. Hak pelaku usaha

- 1) Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- 2) Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- 3) Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa Konsumen;
- 4) Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.

b. Kewajiban pelaku usaha

- 1) Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- 2) Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi 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) Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;

- 6) Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.³⁸

³⁸ Pasal 6 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Lokasi Penelitian

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah yuridis empiris atau penelitian lapangan (field-research) dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif yaitu pengamatan langsung yang dilakukan oleh peneliti terhadap objek yang akan diteliti yaitu bisnis kerupuk tanpa label di Desa Batu Tapango untuk membantu peneliti dalam mengkaji ketentuan hukum yang berlaku serta apa yang terjadi dalam kenyataannya di masyarakat. Dengan kata lain yaitu suatu penelitian yang dilakukan terhadap keadaan yang sebenarnya atau keadaan nyata yang terjadi di masyarakat dengan maksud untuk mengetahui dan menemukan fakta-fakta dan data yang dibutuhkan (*fact-finding*), setelah data yang dibutuhkan terkumpul kemudian menuju kepada identifikasi masalah (*problemidentification*) dan pada akhirnya menuju pada penyelesaian masalah (*problemsolution*). Kaitannya dalam penelitian ini ialah peneliti hendak mengetahui hukum dari bisnis kerupuk tanpa label nama ditinjau menggunakan Undang-Undang No.8 Tahun 1999 dan Hukum Ekonomi Syariah.³⁹

2. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian ini berada di Dusun Wonosari, Desa Batu, Kecamatan Tapango, Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat. Alasan peneliti melakukan penelitian dilokasi ini disebabkan karena Desa Batu Tapango ini merupakan salah satu tempat yang memproduksi bisnis kerupuk tanpa adanya label atau keterangan yang melekat pada kerupuk tersebut. Kemudian pada saat

³⁹ Ahmad Syarifuddin, *Jual Beli Tanpa Label Harga Perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam: Studi pada Rumah Makan di Kota Palangka Raya*. (Skripsi, Fakultas Syariah. IAIN Palangka Raya. 2017), h. 50.

melakukan observasi awal menemukan sebuah masalah tentang bagaimana bisnis kerupuk berlangsung tanpa adanya identitas atau label yang melekat pada produk yang dihasilkan.

B. Pendekatan Penelitian

Adapun pendekatan yang digunakan peneliti dalam penelitian ini diantaranya:

1. Pendekatan Perundang-undangan

Pendekatan Perundang-undangan merupakan pendekatan yang digunakan dengan cara menganalisis Undang-undang serta regulasi yang berkaitan dengan apa yang akan diteliti.⁴⁰ Dimana nantinya hasil dari analisis itu akan menjadi sebuah pendapat agar mampu memecahkan isu yang akan diteliti. Oleh karenanya, peneliti menggunakan pendekatan ini dengan merujuk pada UU No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang nantinya akan memecahkan permasalahan terkait praktik bisnis kerupuk yang ada di Desa Batu Tapango. Dengan berlandaskan pada Undang-undang untuk mengetahui boleh atau tidaknya praktik bisnis kerupuk yang dilakukan oleh masyarakat di Desa Batu tersebut.

2. Pendekatan teologi normatif (syar'i)

Pendekatan teologi normatif (syar'i) merupakan sebuah upaya dalam memahami agama dengan menekankan pada ilmu ketuhanan sebagai sebuah keyakinan yang paling benar jika dibandingkan dengan yang lain.⁴¹ Yang dimaksud ialah dalam ajaran Islam sumber yang paling benar yakni al-Qur'an dan hadits yang dijadikan sebagai pijakan dalam memecahkan permasalahan yang ada. Sebab itu, peneliti menggunakan jenis pendekatan ini untuk membantu dalam menjawab permasalahan yang ada dalam praktik bisnis kerupuk yang dilakukan

⁴⁰ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum: Edisi Revisi* (Cet. XIII; Jakarta: Kencana), 2017. h. 46.

⁴¹ Toni Pransiska, *Menekar Pendekatan Teologis Normatif dalam memahami Agama di Era Pluralitas Agama di Indonesia*, Jurnal Penelitian dan pengabdian, Vol.5, No.1, 2017.

masyarakat Desa Batu Tapango. Dengan berlandaskan pada al-Qur'an dan hadits untuk mengetahui kepastian boleh atau tidaknya kegiatan tersebut.

C. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang akan dilakukan peneliti ada 3 yaitu:

1. Observasi

Observasi (pengamatan) adalah pengumpulan data dengan cara mengamati fenomena-fenomena yang diteliti kemudian mencatatnya secara sistematis.⁴² Untuk memperoleh data, peneliti melakukan pengamatan langsung guna mengetahui bagaimana praktik kegiatan produksi bisnis keripik atau yang menjadi objek penelitian yang ada di Desa Batu Tapango.

2. Wawancara

Wawancara merupakan pengumpulan data dengan melakukan pertemuan antara dua orang atau lebih untuk menggali informasi dengan cara tanya jawab secara lisan.⁴³ Hal ini nantinya akan lebih memudahkan peneliti dalam mengumpulkan data-data dari objek penelitian yang dianggap penting dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan beberapa palaku bisnis kerupuk yang ada di Desa Batu Tapango.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sebuah metode pengumpulan data yang digunakan sebagai pelengkap dari metode pengamatan dan metode wawancara. Metode dokumentasi yang dilakukan peneliti adalah dengan cara mengumpulkan data atau dokumen yang dianggap penting sebagai data pendukung hasil penelitian baik berupa foto atau sketsa yang berkaitan dengan praktik bisnis kerupuk yang ada di Desa Batu Tapango.

⁴²Sutisno Hadi, *Metodologi* (Yogyakarta: Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi UGM, 1987) h. 136.

⁴³Seto Mulyadi, *Metode Penelitian Kualitatif dan Mixed Method* (Cet. II; Depok: Rajawali Pers, 2020), h. 232.

D. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, instrumen penelitian yang lebih utama digunakan adalah peneliti itu sendiri, atau yang akan melakukan penelitian. Selanjutnya instrument yang digunakan dalam penelitian lapangan berupa wawancara terhadap para pelaku bisnis di Desa Batu Tapango atau yang menjadi subjek penelitian. Wawancara yang dimaksud dalam penelitian ini berbentuk dialog antara peneliti dan subjek penelitian untuk memperoleh informasi terkait dengan fenomena yang terjadi dilapangan.

Peneliti sebagai instrumen utama dalam mengumpulkan informasi membutuhkan instrumen bantuan berupa panduan dan pedoman wawancara yang diperlukan peneliti untuk mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang mendalam mengenai hal yang diteliti, selanjutnya dengan instrumen lain berupa *Smart Phone*. Kegunaan *Smart Phone* dalam penelitian ini ialah untuk merekam dialog percakapan hasil wawancara dengan pelaku bisnis.

E. Sumber Data Penelitian

Sumber data merupakan subjek penelitian dimana data berada. Pada penilitian sumber data yang digunakan yaitu primer dan sekunder.

1. Data primer

Dalam penelitian ini, dara primer adalah para pelaku bisnis kerupuk tanpa label nama yang ada di desa Batu Tapango Sulawesi Barat

2. Data sekunder

Data sekunder dapat berupa buku, artikel, jurnal dan penelitian sebelumnya yang digunakan dan berkaitan dengan topik penelitian ini.

F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Berdasarkan data yang didapatkan untuk menyusun dan menganalisa data-data yang terkumpul digunakan metode kualitatif. Peneliti menggunakan metode

kualitatif untuk mengolah data kemudian menggunakan metode deduktif untuk menganalisis data.

Analisis data disebut juga pengolahan data dan penafsiran data. Analisis data adalah rangkaian kegiatan penelaahan, pengelompokan, sistematisasi, penafsiran dan verifikasi data agar sebuah fenomena memiliki nilai sosial, akademis dan ilmiah.

Dalam analisa data peneliti menggunakan model *Miles* dan *Huberman* dengan tiga jalur analisi data yaitu, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

1. Reduksi data dalam penelitian ini adalah pemilihan data yang diperoleh dilapangan, dengan cara menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan akhir dapat diambil.
2. Analisis data dalam penelitian ini adalah proses menganalisis data yang telah dikumpulkan oleh peneliti untuk mengamati dan membandingkan serta memilih data yang relevan dengan rumusan masalah yang dicantumkan
3. Penyajian Data dalam penelitian ini adalah mengulang kembali data yang sudah disimpulkan dengan bentuk uraian singkat, grafik, jaringan, bagan. Bentuk ini dilakukan untuk menentukan apakah sudah menarik kesimpulan yang benar atautkah terus melangkah melakukan analisis.⁴⁴
4. Penarikan kesimpulan, kesimpulan dalam penelitian ini merupakan tahap akhir dimana kesimpulan yang diperoleh dapat menjawab rumusan masalah dan bisa juga tidak, sebab rumusan masalah sifatnya hanya sementara dan dapat berkembang pada saat dilapangan.

⁴⁴Felix Sitorus, *Penelitian Kualitatif* (Cet. I; Bogor: Kelompok Dokumentasi Ilmu-Ilmu Sosial, 1998), h. 59- 60.

G. Pengujian Keabsahan Data

Keabsahan data dilakukan untuk menjamin semua data yang telah diteliti dengan relevan adalah data yang sesungguhnya agar penelitian ini menjadi sempurna. Untuk keabsahan data peneliti menggunakan Triangulasi yaitu melakukan perbandingan antara teori dan hasil penelitian lapangan pada sumber data yang satu dengan sumber data yang lainnya. Berikut beberapa macam Triangulasi seperti yang dimaksudkan oleh patton:

1. Triangulasi sumber

Triangulasi sumber dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan data atau memastikan kebenaran data yang diperoleh dari berbagai sumber⁴⁵ yang terkait dengan bisnis kerupuk di Desa Batu Tapango. Dalam penelitian ini yaitu dengan membandingkan data hasil observasi hingga hasil wawancara.

2. Triangulasi teknik

Triangulasi teknik dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai cara secara bergantian untuk memastikan apakah data yang diperoleh memang benar. Dalam penelitian ini, cara yang digunakan ialah dengan melakukan wawancara, pengamatan langsung dan menganalisis dokumen. Untuk memastikan lebih dalam peneliti dapat melakukan diskusi lebih lanjut kepada para pelaku bisnis kerupuk yang ada di Desa Batu Tapango yang memiliki keterkaitan dengan apa yang ingin diteliti.

⁴⁵ Ahmad Syarifuddin, *Jual Beli tanpa Label Harga Perspektif Undang-undang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam: Studi pada Rumah Makan di Kota Palangka Raya* (Skripsi, Fakultas Syariah IAIN Palangka Raya, 2017), h. 58.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Desa Batu Tapango

1. Sejarah Desa Batu

Kecamatan Tapango merupakan salah satu kecamatan dari enam belas kecamatan yang ada di kabupaten Polewali Mandar. Letak ibukota Kecamatan Tapango dari ibu kota kabupaten yakni sekitar 24,20 km. secara geografis kecamatan Tapango terletak di 03°19'18,2" Lintang Selatan dan 119°14'25,2" Bujur Timur. Luas kecamatan Tapango sebesar 127,50 km meliputi 1 kelurahan dan 13 Desa. Jumlah penduduk yang ada di kecamatan Tapango mencapai 24.119 jiwa. Yang terdiri dari 12.088 penduduk laki-laki dan 12.026 penduduk perempuan.⁴⁶

Sementara itu jika dilihat secara umum ketinggian kecamatan Tapango dari permukaan laut berkisar antara 10 m sampai dengan 300 m dari permukaan air laut. Sejarah berdirinya Kabupaten Polewali Mandar tidak bisa dilepaskan dari rentetan panjang sejarah berdirinya Negara Kesatuan Republik Indonesia dan pembentukan Provinsi Sulawesi. Kabupaten Polewali Mandar adalah salah satu dari enam Kabupaten yang ada di Provinsi Sulawesi Barat. Wilayah Kabupaten Polewali Mandar adalah wilayah yang sebelumnya tergabung di dalam beberapa kerajaan pada persekutuan *pitu ulunna salu* dan *baqbana binanga*.⁴⁷

Kabupaten Polewali Mandar, disahkan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 74 Tahun 2006 Tentang Perubahan Nama Kabupaten Polewali Mamasa Menjadi Polewali Mandar. Kemudian melalui sidang paripurna DPRD tanggal 27 Mei 2009 ditetapkan Peraturan Daerah Kabupaten Polewali Mandar Nomor 2

⁴⁶ Wawancara dengan Rahmawati, Staf Pelayanan Kantor Kecamatan Tapango pada tanggal 16 Agustus 2023 pukul 10.44 WITA.

⁴⁷ <https://polewalimandarkab.bps.go.id/> (Diakses pada tanggal 20 Juli 2023)

Tahun 2009 tentang hari jadi Kabupaten Polewali Mandar yang jatuh pada tanggal 29 Desember dan diperingati setiap tahunnya.

Dasar yang menjadi ajuan penetapan hari jadi Kabupaten Polewali Mandar yang rasional dengan pertimbangan sebagai berikut:

- a. Yang akan kita peringati merupakan hari jadi Kabupaten Polewali Mandar yang sebelumnya Polewali Mamasa, bukan peringatan Kerjaan Mandar, atau *under afdeling* Mandar yang batas wilayah dan sistem pemerintahannya mempunyai perbedaan dengan batas dan sitem pada pemerintahan Dati II Polewali Mamasa yang berubah menjadi Polewali Mandar.
- b. Dinyatakan sahnya suatu Dati II adalah pada saat disahkan penetapan menjadi Dati II Polewali Mamasa, yang didasarkan pada penerbitan Undang-undang pembentukan Kabupaten Polewali Mamasa.
- c. Berbicara masalah terkakit sejarah Kabupaten Polewali Mandar, maka sangat ideal jika penetapan hari jadi Kabupaten Polewali Mandar disamakan dengan sejarah terbentuknya. Meskipun pada dasarnya Kabupaten Polewali Mandar memiliki usia yang sangat muda, tanpa harus berkecil hati.

Saat ini Kabupaten Polewali Mandar terbagi atas enam belas wilayah kecamatan, diantaranya Kecamatan Polewali, Kecamatan Binuang, Kecamatan Anreapi, Kecamatan Matakali, Kecamatan Wonomulyo, Kecamatan Tapango, Kecamatan Mapilli, Kecamatan Campalagian, Kecamatan Luyo, Kecamatan Tinambung, Kecamatan Balanipa, Kecamatan Limboro, Kecamatan Alu, Kecamatan Tinambung, Kecamatan Tubbi Taramanu, Kecamatan Matangga, dan Kecamatan Bulo.⁴⁸

⁴⁸ <https://pattae.com/kecamatan-tapango-kab-polman-prov-sulbar/> (Diakses pada tanggal 20 Juli 2023)

2. Letak Geografis Desa Batu

Lokasi penelitian ini diambil di Desa Batu. Secara geografis wilayah Desa Batu terletak di sebelah utara kecamatan Tapango dengan batas-batas wilayah sebagai berikut: sebelah Utara (Desa Palatta), sebelah Selatan (Desa Tapango Barat), sebelah Barat (Desa Ba'ba Tapua), sebelah Timur (Desa Palatta).

Kantor Desa Batu terletak di Dusun I Wonosari sekaligus pusat pemerintahan. Desa Batu merupakan sebagian wilayah Kabupaten Polewali Mandar dengan Jarak 4,8 km dari ibu kota kecamatan, serta 22,8 km dari ibu kabupaten. Luas wilayahnya berkisar 9,43 km² yang memuat pemukiman, persawahan, perkebunan dan pertanian. Wilayah Desa Batu mempunyai wilayah dataran tinggi atau perbukitan dengan kondisi iklim di Desa Batu pada umumnya terdiri dari dua musim yakni musim kemarau dan musim hujan. Keadaan iklim waktunya tidak menentu dan tergantung pada musim iklim itu sendiri. Adapun potensi sumber daya alam yang ada di Desa Batu meliputi sumber daya alam non hayati yakni air, lahan, dan udara. Sedangkan sumber daya alam hayati yaitu perkebunan, flora dan fauna.

3. Sumber Pendapatan Masyarakat Desa Batu

Sumber pendapatan masyarakat yang ada di Desa Batu Kecamatan Tapango ini lebih pada hasil pertanian dan perkebunan. Rata-rata pekerjaan yang dilakukan oleh masyarakat Desa Batu adalah bertani dan berkebun. Pertanian yang didapatkan bersumber dari hasil panen gabah. Sedangkan dari hasil perkebunan itu bersumber dari tumbuhan yang ditanam oleh masyarakat seperti kelapa, coklat dan juga singkong. Sumber pendapatan masyarakat inilah yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Pendapatan masyarakat Desa Batu didapatkan dengan cara menjual hasil pertanian dan perkebunan mereka baik dalam bentuk bahan mentah seperti singkong, gabah/padi, maupun bahan jadi seperti keripik singkong atau biasa dikenal dengan sebutan *kareppe* yang

kemudian dijual di pasar yang ada di Desa Banato Rejo. Di Desa Batu sendiri terdapat tiga keluarga yang berprofesi sebagai penjual kerupuk.

1. Pengadaan Bahan Baku

Dalam pembuatan produk kerupuk ini bahan dasar yang digunakan adalah singkong/ketela pohon, bahan utama yang digunakan yaitu singkong/ketela pohon. Bahan baku biasanya di datangkan sesuai kebutuhan. Karena bahan bakunya tidak perlu order di pasar melainkan dari hasil menanam sendiri atau didatangkan langsung oleh pemasok yang berasal dari daerah lain yang sudah menjadi langganannya. Proses pemesanan diluar daerah biasanya dilakukan ketika singkong/ketela yang ditanam sendiri oleh pelaku usaha belum matang atau siap panen. Biasanya waktu panen untuk kualitas singkong yang paling baik sekita 8 bulan. Dalam hal ini singkong dapat bertahan selama 5 bulan lamanya.

2. Sarana Produksi

Sarana produksi merupakan segala sesuatu yang berhubungan dengan produksi, mulai dari persiapan, pelaksanaan sampai proses produksi selesai. Tersedianya sarana akan mempermudah proses produksi. Sarana-sarana yang digunakan dalam memproduksi produk pangan kerupuk ini sebagai berikut: a. Pisau

Pisau ini digunakan untuk mengupas kulit singkong tersebut hingga singkong tersebut bersih.

b. Keranjang

Keranjang ini digunakan untuk meletakkan singkong yang sudah dikupas dan bersihkan, agar airnya turun dan singkong mudah untuk kering.

c. Panci

Panci ini digunakan untuk mengukus singkong, agar singkong lebih mudah untuk dibentuk menjadi keripik.

d. Tapis besi

Tapis ini digunakan untuk memudahkan singkong yang sudah direbus agar air rebusannya keluar.

e. Mesin penghalus singkong rebus

Mesin ini digunakan untuk menghaluskan atau menghancurkan singkong yang telah direbus agar menjadi lebih lembut.

f. Tumbuk batu

Tumbuk batu ini digunakan untuk menghaluskan singkong yang sudah direbus tadi agar menjadi lebih lunak dan mudah untuk membuat keripik/kareppe.

g. Plastik bening

Plastik ini digunakan untuk menjadi alas singkong yang sudah direbus agar lebih mudah memindahkan singkong yang telah dibentuk untuk dipindahkan ke tempat pengeringan.

h. Bambu

Bambu ini digunakan untuk menipiskan singkong yang telah direbus agar menjadi bentuk yang diinginkan.

i. Pisau plastik

Pisau plastik ini digunakan untuk memotong dan membentuk singkong yang telah ditipiskan agar menghasilkan bentuk yang diinginkan.

j. Sasag

Sasag ini digunakan sebagai alas jemur keripik agar keripik lebih mudah untuk kering.⁴⁹

4. Proses produksi kerupuk/*kareppe* di Desa Batu Tapango

Proses produksi adalah proses merubah bahan mentah menjadi produk jadi, yang dapat dikonsumsi langsung ataupun setengah jadi. Dibawah ini akan

⁴⁹ Observasi Awal, Pada bulan Januari 2023.

diuraikan proses utama dalam pembuatan produk keripik/*kareppe* yang dihasilkan oleh masyarakat Desa Batu Tapango sebagai berikut:

Langkah pertama ialah kupaslah kulit singkong hingga bersih sesuai kebutuhan dan ketersediaan bahan baku yang ada. Setelah kulit singkong dikupas bersih, lalu cucilah singkong tersebut sampai bersih hingga tak ada lagi noda tanah atau kulit yang tersisa. Apabila singkong tersebut sudah bersih, letakkan kedalam keranjang untuk membuat singkong kering. Setelah semua singkong dicuci bersih, kemudian siapkan panci atau wadah besar berisikan air panas dan masukkan semua singkong tersebut kedalam panci tersebut. Rebuslah singkong tersebut hingga teksturnya menjadi lebih lembut atau lembek dan mudah dibentuk. Jika semua singkong tersebut sudah masak, angkatkatlah lalu tiriskan airnya

Setelah proses perebusan singkong dilakukan, langkah selanjutnya adalah pembuatan kerupuk atau biasa dikenal dengan sebutan *kareppe*. Ambillah beberapa sendok adonan singkong tersebut lalu letakkan pada kertas plastik yang telah disediakan. Kemudian mulailah untuk menekan-nekan adonan tersebut hingga setipis mungkin dengan menggunakan bambu atau botol kaca bekas. Setelah adonan itu dirasa sudah setipis yang diinginkan, maka letakkan di ayaman bambu yang digunakan untuk mengeringkan kerupuk tersebut. Lakukanlah hal yang sama hingga adonan singkong habis.

5. Penyajian Data dan Analisis Data

Pada dasarnya penelitian ini dilakukan atas dasar teori perlindungan konsumen yang juga diatur dalam perundang-undangan yang berlaku di Indonesia. Dalam Bisnis Kerupuk tanpa Label Nama di Desa Batu Tapango yang tidak sesuai dengan peraturan yang berlaku. Adapun hasil penelitian di Desa Batu Tapango adalah sebagai berikut:

a. Bisnis kerupuk tanpa label nama di Desa Batu Tapango

Data hasil wawancara peneliti disajikan menjadi dua bagian sesuai dengan rumusan masalah mengenai Bisnis kerupuk tanpa label nama di Desa Batu Tapango terhadap pertanyaan penelitian yang peneliti buat sebagai panduan penelitian. Berikut adalah hasil wawancara peneliti terhadap pelaku atas nama Burhanuddin, Triono dan Kadir. Serta konsumen atas nama Kardi dan Sudarseh.

1. Pelaksanaan Bisnis kerupuk Tanpa Label Nama di Desa Batu Kecamatan Tapango

a) Pelaku usaha I

Nama : Burhanuddin
 Usia : 45 Tahun
 Agama : Islam
 Lama Memproduksi : 3 Tahun

Responden pertama adalah bapak Burhanudin sebagai salah satu orang yang memproduksi kerupuk yang ada di Desa Batu Tapango. Peneliti melakukan wawancara langsung pada tanggal 18 Agustus 2023 di Desa Batu Tapango atau pada kediaman beliau pada pukul 10.28 WITA sampai dengan 10.40 adapun wawancara yang dilakukan peneliti mengenai bisnis kerupuk yang ada di Desa BatuTapango ini.

“Sebenarnya saya tidak faham mengenai masalah label atau menaruh nama atau memberi kemasan untuk *kareppe* ini. Saya hanya melakukan bisnis ini untuk memenuhi kebutuhan hidup dan memanfaatkan banyaknya ubi yang ditanam. Dan ternyata itu menguntungkan dan sampai sekarang saya melanjutkan memproduksi *kareppe* ini.”

Selanjutnya peneliti menanyakan apakah pernah ada usaha atau pernahkah untuk memberikan label pada *kareppe* ini.

“Pernah. Saya pernah berfikir untuk melakukan pemberian nama di *kareppe* ini tapi itu dulu-dulu. Sekarang saya menunggu sertifikat halal yang

dijanjikan oleh KEMENAG. Kalau sekarang tidak pernah terpikir lagi buat kasih.”

Selanjutnya peneliti menyebutkan peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang perlindungan konsumen yang di dalamnya menyangkut tentang hal yang dilarang untuk dilakukan oleh seorang pelaku usaha.

“Saya tidak pernah mendengar aturan tentang itu, dan saya tidak pernah tau kalau ada aturan yang mengatur itu.”

Kemudian peneliti menanyakan apakah pernah ada upaya pengenalan bagaimana pemasangan atau memberikan penjelasan tentang label di Desa Batu.

“Tidak pernah ada. Jadi selama ini, kami hanya memproduksi *kareppe* berdasarkan apa yang kami ketahui. Dan selama ini tidak pernah ada keluhan yang kami dapatkan selama memproduksi *kareppe* ini yang artinya semuanya bagus.”

Selanjutnya peneliti menanyakan apakah bapak/ibu tahu bahwa ada aturan UU yang mengatur tentang kewajiban pelaku usaha untuk memberikan label pada produk yang dihasilkan.

“Kami tidak tahu jika ada aturan seperti itu”

Hal itu juga dipertegas oleh istrinya selaku bagian dari yang memproduksi kerupuk tanpa label itu.

Mon masalah pemasanga label jiyeh, gebey produk pangan se eagebey bik ye deri awal emang jet tak pernah epasangin tolesan tangal kadaluwarsa, berek berengah, komposisibik salaenah bing. Mon masalah label pun ora ngerti.

Jika diartikan dalam bahasa Indonesia

“Kalau masalah prektek pemasangan label ini, untuk produk yang dihasilkan ya dari awal memang tidak pernah dikasih tulisan tanggal kadaluarsa, berat bersih, komposisi dan lain sebagainya. Kalau masalah label pun kami tidak mengerti”

Dalam proses ini, penentuan sarana yang digunakan dalam proses pembuatan kerupuk atau *kareppe* tersebut secara manual. Hal ini sesuai dengan data yang didapatkan dari hasil wawancara.

“Alat yang digunakan untuk membuat kerupuk kami menggunakan alat yang sama yaitu plastik, saringan, botol atau bambu, pisau plastik, sendok nasi, dan sasag atau tempat pengeringan kerupuk.”⁵⁰

b) Pelaku Usha II

Nama : Triono
 Usia : 43 Tahun
 Agama : Islam
 Lama Produksi : 5 Tahun

Peneliti melakukan wawancara dengan bapak Triono pada tanggal 18 Agustus 2023 di Desa Batu atau di kediaman beliau. Selanjutnya peneliti menanyakan kepada pelaku usaha II apakah paham mengenai label atau keterangan pada produk yang dihasilkan.

“Saya tahu tentang label atau memberikan nama atau tanda pengenal untuk suatu produk atau *kareppe* ini. Label itu yang seperti nama produk, tanggal kadaluarsa dan tanda halal barang.”

Selanjutnya peneliti menanyakan apakah pernah ada usaha atau niat untuk memberikan label para kerupuk yang diproduksi.”

“Tidak, saya tidak pernah memikirkan untuk kasi label atau nama pada *kareppe* ini, karna semua orang tau kalau ini itu *kareppe*. Dan sejauh ini tidak ada pi yang mengeluh kalau tidak ada nama atau keterangannya. Jadi sampai sekarang tidak pernah mau kasi nama atau label.”

Selanjutnya peneliti menjelaskan tentang Undang-undang yang mengatur tentang perlindungan konsumen yang didalamnya kewajiban pelaku usaha dan larangan bagi pelaku usaha.

⁵⁰ Hasil Wawancara dengan Burhanuddin, *Pelaku bisnis kerupuk tanpa label nama di Desa Batu Tapango*, pada tanggal 18 Agustus 2023.

“Saya tidak pernah dengar itu, dan saya tidak tau kalau ada undang-undang tentang itu. Yang saya tau selama tidak ada masalah dari yang memakan, berarti itu tidak apa-apa. Wes kami juga menjualnya cuma sekitaran sini saja sama diambil oleh bos. Bos pun tidak pernah mempermasalahkannya.”⁵¹

c) Pelaku Usaha III

Nama	: Kadir
Usia	: 40 Tahun
Agama	: Islam
Lama Produksi	: 5 Tahun

Peneliti melakukan proses wawancara dengan bapak Kadir di kediaman beliau pada tanggal 18 Agustus 2023 pukul 14.30 WITA. Selanjutnya peneliti menanyakan apakah pernah memberikan label atau keterangan pada produk yang dihasilkan selama melakukan proses produksi.

“Saya tidak pernah memberikan nama atau label pada *kareppe* ini. Karena semua orang tau bahwa ini adalah kerupuk atau *kareppe*. selain itu semua orang juga tahu bahan yang digunakan adalah singkong”

Selanjutnya peneliti menanyakan apakah pernah mendengar atau tahu bahwa ada Undang-undang yang mengatur tentang perlindungan konsumen yang di dalamnya menyangkut tentang kewajiban sebagai pelaku usaha dalam melakukan kegiatan usaha/dagang.

“Saya tidak tahu dan tidak pernah dengar tentang peraturan itu. Yang saya pahami bahwa selama tidak ada keluhan untuk produk yang saya hasilkan, maka itu boleh-boleh saja. Dan sejauh ini belum ada masyarakat yang komplek kepada saya.”⁵²

⁵¹ Hasil Wawancara dengan Triono, *Pelaku bisnis kerupuk tanpa label nama di Desa Batu Tapango*, pada tanggal 18 Agustus 2023.

⁵² Hasil Wawancara dengan Kadir, *Pelaku bisnis kerupuk tanpa label nama di Desa Batu Tapango*, pada tanggal 18 Agustus 2023.

a) Konsumen I

Nama : Kardi
 Usia : 38 Tahun
 Agama : Islam

Peneliti melakukan wawancara dengan Konsumen I pada Januari 2023. Kemudian peneliti menanyakan sudah berapa mengonsumsi kerupuk/*kareppe* ini.

“Saya mengonsumsi *kareppe* ini sudah lama. Selain karena harganya yang murah, juga sebagai cemilan yang enak. Dan kerupuk ini bisa dimakan oleh berbagai kalangan dan juga sehat karena terbuat dari ubi”

Kemudian peneliti menanyakan apakah pernah mendapat keluhan atas kerupuk ini selama mengonsumsinya.

“Sejauh ini selama saya mengonsumsi *kareppe* ini tidak ada keluhan. Semuanya enak-enak saja”

Peneliti kemudian menanyakan apakah mengetahui tentang Undang-undang yang mengatur tentang hak konsumen untuk mendapatkan penjelasan yang jelas terhadap suatu produk.

“saya tidak mengetahuinya”

Selanjutnya peneliti menanyakan apakah pernah bertanya-tanya kenapa tidak ada label yang diberikan pada kerupuk ini.

“Tidak pernah, karena *kareppe* ini sudah lama ada dan menjadi makanan ringan yang paling sering dikonsumsi masyarakat sini. Juga kami tau apa saja yang digunakan untuk membuatnya. Jadi tidak perlu ditanyakan lagi.”⁵³

b) Konsumen II

Nama : Sudarseh
 Umur : 34 Tahun

⁵³ Observasi awal dan Wawancara dengan Kardi, *Konsumen kerupuk tanpa label nama*, pada Bulan Januari 2023.

Agama : Islam

Peneliti melakukan wawancara terhadap konsumen II pada bulan Januari 2023. Selanjutnya peneliti menanyakan apakah pernah mendapat kerupuk yang kurang bagus selama mengonsumsi kerupuk ini.

“Sejauh ini saya belum pernah mendapatkan yang jelek. Karena selama saya mengonsumsi saya memilih-milih dulu yang akan saya beli untuk dikonsumsi. Jadi tidak pernah ada keluhan. Sampai saat ini masih baik-baik saja.”

Peneliti kemudian menanyakan lagi berapa lama konsumen mengonsumsi kerupuk ini dan apa alasan sehingga memilih kerupuk ini menjadi cemilan.

“Sudah cukup lama. Karena *kareppe* ini sangat mudah untuk diolah. Bisa diberikan gula merah ataupun diolah menjadi kerupuk yang asin dengan diberikan bumbu seperti bumbu balado. Dan anak-anak menyukai rasanya. *Kareppe* ini juga murah dibeli dan banyak isinya juga bisa mengenyangkan perut. Semua orang bisa memakannya.”

Terakhir peneliti menanyakan apakah pernah merasa bahwa seharusnya ada label atau keterangan yang melekat pada kerupuk ini agar tidak adanya kecurangan yang bisa merugikan konsumen.

“Tidak. Karena *kareppe* ini sudah lama ada, dan kami sudah terbiasa dengan bentuknya. Lagi pula kami tahu apa yang digunakan untuk membuatnya. Jadi hal itu tidak masalah bagi kami.”⁵⁴

B. Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Bisnis Kerupuk Tanpa Label Nama di Desa Batu Tapango

Dalam Islam, seluruh kegiatan manusia termasuk ekonomi (muamalah) diberikan pembatasan dalam hal yang boleh dilakukan (halal) dan hal-hal yang tidak boleh dilakukan (haram). Dalam bisnis syariah, bisnis yang dilakukan harus berlandaskan pada syariat Islam. Semua hukum dan aturan yang ada dilakukan

⁵⁴ Observasi Awal dan Wawancara dengan Sudarseh, *Konsumen kerupuk tanpa label nama*, pada bulan Januari 2023.

untuk menjaga pebisnis agar mendapatkan rezeki yang halal dan di ridhai oleh Allah swt.

Al-Quran menyebutkan konsep bisnis dengan beberapa kata, diantaranya: *al-Tijarah*. *Al-Tijarah* yang memiliki arti berdagang atau berniaga, *al-bai'u* yang berarti menjual, dan *tadayantum* yang berarti muamalah. Hal ini juga yang dilakukan oleh masyarakat di Desa Batu Tapango. Mereka melakukan sebuah kegiatan usaha seperti berdagang atau biasa juga dikenal dengan sebutan muamalah. salah satu hal yang ingin dicapai dalam bermuamalah adalah untuk mendapatkan sebuah keuntungan. Mencari keuntungan dalam melaksanakan sebuah usaha atau bisnis bukan merupakan tujuan utama menurut pandangan al-Qur'an melainkan mencari keberkahan, ridha Allah swt, keuntungan yang hakiki, dan berdampak baik bagi setelahnya. Dalam QS. Yasiin/36: 35 yang menjelaskan tentang perintah Allah dalam mencari rezeki dengan cara yang baik, salah satunya dengan berbisnis.

لِيَأْكُلُوا مِنْ ثَمَرِهِ وَمَا عَمِلَتْهُ أَيْدِيهِمْ

Terjemahnya:

Agar mereka dapat makan dari buahnya, dan dari hasil usaha tangan mereka.

Terjemahan Bahasa Mandar

Malaai ise'iya maande pole di bua-buanna, anna pole di anu nausahai limanna ise'iya

Ayat tersebut di atas menjelaskan tentang perintah Allah swt untuk mencari rezeki dengan hasil usaha sendiri dari apa yang diusahakan tersebut, mereka dapat makan dan menikmati hasilnya. Hal ini sejalan dengan apa yang dilakukan oleh masyarakat Desa Batu dalam hal ini adalah para pelaku bisnis kerupuk tanpa label nama yang ada di sana. Mereka melakukan kegiatan usaha untuk mendapatkan keuntungan bagi mereka dan apa yang mereka hasilkan dapat berguna bagi orang

lain. Berguna bagi orang lain yang dimaksud dalam penelitian ini adalah produk yang dihasilkan dapat dikonsumsi oleh konsumen atau dapat dijual kembali oleh konsumen untuk mendapatkan keuntungan bagi mereka juga.

Dalam al-Qur'an surah al-Baqarah ayat 168 yang artinya "dihalalkan bagimu makanan-makanan yang halal dan baik bagimu". Ayat ini menjelaskan tentang perintah Allah SWT kepada umat manusia untuk memakan dan mengonsumsi makanan yang halal untuk dikonsumsi serta baik untuk diri. Hal ini sejalan dengan prinsip-prinsip dalam bisnis. Dalam praktik bisnis kerupuk yang dilakukan oleh para pelaku bisnis kerupuk tanpa label nama di Desa Batu ini dapat dikatakan bahwa tidak melanggar aturan-aturan yang ada dalam Islam dan tidak menyalahinya. Karena pada kenyataannya hasil produksi kerupuk tersebut tidak mengandung unsur-unsur yang diharamkan oleh agama. Hanya saja tidak terdapat label atau keterangan produk yang melekat pada kerupuk yang dihasilkan.

Dalam dunia ekonomi Islam hadir memberikan rambu-rambu atau peraturan berupa prinsip yang harus dipedomani pelaku usaha ketika menjalankan sebuah usaha atau bisnis. Beberapa prinsip yang harus dijalankan dalam praktik bisnis dalam Islam⁵⁵, di antaranya sebagai berikut:

1. Prinsip Halal

Allah SWT menyerukan kepada manusia mencari rezeki dengan cara-cara yang baik (halal). Dalam kegiatan bisnis kerupuk ini para pelaku bisnis telah memenuhi prinsip halal karena mereka mencari rezeki dengan cara berniaga atau jual beli atau dalam al-Qur'an disebut dengan *Al-Tijarah*. Dalam prakteknya juga tidak menyalahi prinsip halal karena penggunaan bahannya hingga proses produksi tidak menggunakan barang yang haram.

⁵⁵ M. Azrul Tanjung, Fikri, dkk., *Meraih Surga dengan Berbisnis* (Jakarta: Gema Insani, 2013), h. 88.

2. Thayyib

Berarti sesuatu yang baik atau elok dan memberikan manfaat tidak hanya bagi diri sendiri tetapi juga mitra bisnis dan masyarakat luas. Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan thayyib adalah dengan adanya kegiatan bisnis kerupuk ini maka dapat memberikan penghasilan tambahan bagi masyarakat Desa Batu terkhususnya bagi para karyawan bisnis kerupuk yang notabene hanya sebagai ibu rumah tangga saja. Dengan adanya bisnis kerupuk ini juga membantu para perkebunan singkong tidak perlu khawatir jika singkong yang mereka tanam tidak laku, karena para pelaku bisnis akan selalu membeli singkong mereka untuk digunakan sebagai bahan dasar kerupuk..

3. Kejujuran

Kejujuran merupakan modal utama dalam berbisnis agar terhindar dari kemudharatan. Bersikap jujur dalam menjalankan sebuah usaha adalah sikap yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW. Seseorang pebisnis harus berkomitmen untuk selalu berlaku jujur sehingga membawa pada ketentraman hati, keberkahan dan mengangkat derajat orang tersebut di surga-Nya. Kejujuran yang dimaksud dalam penelitian ini adalah para pelaku usaha dalam memasarkan produknya jujur terhadap apa yang digunakan dalam memproduksi kerupuk/*kareppe* ketika ada konsumen yang bertanya apa saja bahan-bahan yang digunakan. Namun, memang pada dasarnya para pelaku tidak memberikan label pada hasil produksi kerupuk yang mereka hasilkan.

4. Kewajaran

Sifat kewajaran harus menjadi prinsip yang dipedomani dalam berbisnis sebab seringkali terjadi ketidakwajaran dalam menentukan keuntungan yang diperoleh. Baik itu dari produsen, perantara (grosir) dan pengecer seharusnya

memperoleh keuntungan sewajarnya atau sesuai porsinya. Dalam penelitian ini kewajaran yang dimaksud adalah penentuan harga yang diberikan pelaku usaha kepada konsumen yang tidak memberatkan konsumen. Dan harga yang diberikan pelaku usaha juga tergolong murah dimana dalam satu ikat kerupuk terdapat sepuluh lembar kerupuk yang biasa dijual dengan harga sebelas ribu rupiah.

5. Seimbang

Islam mengajarkan dalam berbisnis sepatutnya dilakukan dengan tahap menjaga keseimbangan dan kesesuaian dengan alam semesta juga memakmurkan bumi. Dalam penelitian ini, seimbang yang dimaksud adalah pelaku usaha juga senantiasa menanam kembali singkong/ubi yang telah digunakan agar bisa diproduksi kembali. Kegiatan produksi kerupuk ini juga tidak mengganggu alam karena tidak menggunakan alat yang dapat merusak alam, karena dalam proses pembuatan sampai dengan penjual hanya menggunakan bahan dan alat yang ramah lingkungan. Salah satunya matahari yang digunakan untuk mengeringkan kerupuk tersebut.

6. Bersaing secara sehat

Persaingan adalah salah satu cara mencari patner untuk membangkitkan umat agar menjadi lebih kreatif, inovatif, dan terus berinovasi dalam melakukan sebuah usaha atau bisnis. Dalam penelitian ini, yang dimaksud dengan bersaing secara sehat adalah para pelaku usaha melakukan usahanya masing-masing tanpa adanya persaingan antara mereka.

7. Etos kerja

Islam mengajarkan agar seseorang memiliki etos kerja yang tinggi. Profesionalisme dan kemampuan memanfaatkan teknologi yang ada. Dalam

penelitian ini masyarakat Desa Batu atau para pelaku bisnis telah memanfaatkan teknologi yang ada. Dilihat dari para pelaku bisnis pada mulanya menggunakan tumbuk batu atau disebut *issong* oleh masyarakat setempat untuk menghaluskan singkong yang telah dikukus untuk menjadi sebuah adonan. Tetapi sekarang masyarakat telah menggunakan mesin penggiling singkong yang lebih mudah dan praktis untuk menghaluskan singkong sehingga memudahkan para pelaku bisnis.

8. Profesional

Merupakan sebuah sebutan untuk seseorang yang mahir dalam suatu bidang tertentu. Dalam penelitian ini professional dimaksudkan kepada para pelaku bisnis kerupuk yang ada di Desa Batu karena mereka mampu mengolah bahan baku mentah menjadi sebuah hasil produk yang dapat dikonsumsi orang banyak serta menjadi sebuah usaha atau bisnis yang mereka kuasai.

Menurut penulis berdasarkan dari hasil pengamatan dan wawancara di lapangan bahwa dalam praktik bisnis kerupuk tanpa label nama di Desa Batu Tapango tidak ada masalah. Mereka melakukan kegiatan usaha bisnis kerupuk dengan niat baik dan hanya ingin mendapatkan keuntungan. Beberapa prinsip yang tertera di atas juga tidak dilanggar oleh para pelaku usaha yang ada di Desa Batu Tapango, di antaranya prinsip halal, para pelaku usaha yang ada di Desa Batu Tapango mencari rezeki dengan cara yang baik (halal) karena mereka mencari rezeki dengan cara berniaga atau melakukan kegiatan usaha yang dalam hal ini memproduksi barang yaitu kerupuk.

Kegiatan usaha yang dilakukan oleh para pelaku usaha juga tidak tidak menyalahi aturan atau prinsip-prinsip bisnis dalam Islam yang harus dipedomani dalam menjalankan sebuah usaha atau bisnis. Hal ini disebabkan oleh para pelaku usaha bisnis kerupuk yang ada di Desa Batu Tapago melakukan suatu kegiatan usaha yang baik dan memberikan manfaat selain untuk dirinya juga kepada orang

lain. Selain itu dalam memasarkan hasil produksinya, para pelaku bisnis memberikan harga yang tergolong murah di mana ketika para pelaku usaha menjual *kareppe* yang dalam satu ikat terdapat sepuluh lembar keripik hanya dijual dengan harga sebelas ribu rupiah, hal ini berarti kegiatan bisnis yang dilakukan oleh para pelaku bisnis di Desa Batu Tapango telah memenuhi prinsip bisnis dalam Islam dan hal kewajaran.

Hemat peneliti, berdasarkan dari apa yang menjadi landasan atau teori peneliti terhadap kegiatan bisnis yang dilakukan oleh masyarakat Desa Batu dalam hal ini adalah para pelaku bisnis, dapat dikatakan tidak ada masalah. Karena para pelaku usaha melakukan usaha dengan tetap memperhatikan segala aspek yang perlu dilakukan, dan juga para pelaku bisnis memiliki itikad baik dalam kegiatan usahanya, hanya saja dalam praktik bisnis yang dilakukan dalam hal ini adalah produk yang dihasilkan tidak diberikan label nama atau keterangan yang memuat informasi tentang kerupuk yang diproduksi.

C. Tinjauan Undang-Undang Perlindungan Konsumen terhadap Bisnis Kerupuk Tanpa Label Nama di Desa Batu Tapango

Uraian terkait pengertian label, label sebagai wujud hak atas informasi terkait produk yang digunakan. Dalam label itu sendiri termuat informasi-informasi penting bagi konsumen. Informasi tersebut sangat berguna bagi konsumen, karena dengan adanya label, para konsumen dapat secara tepat dalam menentukan pilihan sebelum membeli dan atau mengkonsumsi suatu produk. Di dalam UU No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen juga disebutkan secara umum terkait hak-hak konsumen yang harus dipenuhi dan kewajiban pelaku usaha yang tidak boleh dilaksanakan yang terkait dengan pemasangan label.

Sehingga dalam hal ini peneliti meninjau bisnis kerupuk tanpa label nama yang ada di Desa Batu Kecamatan Tapango dalam tinjauan UU No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang lebih difokuskan kepada hak-hak

konsumen, dan kewajiban pelaku usaha yang tercantum dalam UU No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Berikut perincian hak-hak konsumen yang dikaitkan dengan bisnis kerupuk tanpa label nama di Desa Batu Tapango sebagai berikut:

1. Hak-hak konsumen

Dalam Undang-undang perlindungan konsumen dijelaskan hak-hak konsumen adalah sebagai berikut:

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang atau jasa.
- b. Hak untuk memilih barang dan jasa serta mendapatkan barang dan jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan jasa.
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan jasa yang digunakan.
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- f. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen.
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan penggantian, apabila barang dan jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Menurut pengamatan penulis di lapangan, dalam praktik bisnis kerupuk tanpa label nama di Desa Batu Tapango tidak memenuhi hak-hak konsumen yang

tercantum dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen huruf (a), (c) dan (d) yang mengatakan bahwa:

Konsumen mendapatkan hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan, dalam mengkonsumsi barang dan jasa serta konsumen juga mendapatkan hak-hak atas informasi yang benar, jujur, dan jelas mengenai kondisi dan jaminan barang dan jasa. Serta mendapatkan hak untuk didengar pendapat atau keluhannya atas barang atau jasa yang digunakan.⁵⁶

Hal ini ditunjukkan dengan Bisnis kerupuk tanpa label nama yang ada di Desa Batu Tapango yang tidak memberikan label atau mencantumkan keterangan terkait informasi pada produk kerupuk yang dihasilkan seperti nama, tanggal kadaluarsa, tanggal pembuatan, komposisi, netto, berat bersih, dan keterangan pelaku usaha. Bisnis pembuatan kerupuk yang ada di Desa Batu hanya membuat suatu produk yakni *kareppe* tanpa ada keterangan atau label yang melekat pada produk yang dihasilkan. Oleh sebab itu, hal tersebut telah menyalahi peranturan perundang-undangan yang berlaku.

Sedangkan dalam praktik bisnis kerupuk di Desa Batu yang telah memenuhi hak-hak konsumen sebagaimana yang diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yakni huruf (b), (e), (f), (g), (h), dan (i) yang beberapa diantaranya berbunyi:

Konsumen berhak memilih barang dan jasa dan mendapatkan barang dan jasa tersebut sesuai dengan perjanjian nilai tukar. Konsumen juga berhak untuk mendapatkan ganti rugi, kompensasi dan penggantian apabila barang dan jasa yang diterima tidak sesuai dengan sebagaimana mestinya. Serta konsumen berhak untuk diperlakukan atau dilayani secara benardan jujur serta tidak diskriminatif.⁵⁷

⁵⁶Ahmadi Miru, Yodo Sutarman, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h. 39.

⁵⁷Ahmadi Miru, dkk., *Hukum Perlindungan Konsumen*, h.39.

Sebagaimana dalam praktiknya, para konsumen berhak melihat, memilih dan mengambil kerupuk yang paling bagus menurut mereka serta layak untuk dikonsumsi. Saat melakukan pembelian kerupuk, para konsumen juga mendapatkan haknya dengan dilayani secara baik oleh para pelaku bisnis atau penjual kerupuk yang ada di Desa Batu Tapango. Serta para konsumen juga dapat melakukan keluhan atau meminta kompensasi atau ganti rugi serta penggantian kerupuk jika terdapat kerupuk yang sudah tidak layak konsumsi dengan cara mendatangi penjual kerupuk/*kareppe* atau pada saat melakukan pembelian, kemudian terdapat sehelai kerupuk yang rusak atau tidak sesuai dengan perjanjian, maka konsumen dapat mengajukan ganti rugi atau penggantian kerupuk tersebut.

2. Kewajiban Pelaku Usaha

Kewajiban pelaku usaha sebagaimana disebutkan dan diatur dalam pasal 7 UU No. 8 Tahun 1999 adalah sebagai berikut:

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya. Dalam penelitian dimaksudkan seharusnya para pelaku bisnis yang ada di Desa Batu jika memiliki itikad baik dalam kegiatan usahanya sebaiknya mencantumkan label atau mengemas produk kerupuk yang dihasilkan agar lebih baik dan terjamin.
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan. Dalam penelitian ini, yang dimaksud memberikan informasi yang benar dan jelas adalah dengan memberikan label yang mencantumkan terkait komposisi, kehalalan dan juga penggunaan yang baik terhadap produk kerupuk.
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif. Dalam penelitian ini, memperlakukan dan melayani konsumen

secara benar dan jujur adalah ketika terdapat konsumen yang menanyakan terkait produk kerupuk yang diproduksi oleh para pelaku bisnis sebaiknya memberikan jawaban yang jujur dan menjelaskan dengan Bahasa yang mudah dipahami.

- d. Menjamin mutu barang dan jasa yang diproduksi dan diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan jasa yang berlaku. Dalam penelitian ini, mejamin mutu barang dimaksudkan kepada para pelaku bisnis agar dapat menjamin kualitas kerupuk yang diproduksi.
- e. Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan mencoba barang dan jasa tertentu serta memberikan jaminan dan garansi atas barang yang dibuat dan yang diperdagangkan.
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan jasa yang diperdagangkan. Dalam penelitian ini, memberi ganti rugi dan penggantian yang dimaksud adalah jika terdapat produk kerupuk yang telah kadaluarsa atau sudah tidak layak konsumsi yang kemudian ditemukan oleh konsumen agar memberikan ganti rugi atau menggantinya kembali berupa uang atau memberikan kerupuk yang lebih baik untuk dikonsumsi.
- g. Memberikan kompensasi, ganti rugi dan penggantian apabila barang dan jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian. Dalam penelitian ini, dimaksudkan jika kemudian terdapat produk kerupuk yang dipesan oleh konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah menjadi perjanjian dan kesepakatan maka sebaiknya pelaku usaha segera memberikan ganti rugi kepada konsumen, baik berupa pengembalian uang atau mengganti produk kerupuk yang lebih baik.

Berdasarkan pengamatan penulis di lapangan, dalam praktik bisnis kerupuk tanpa label nama di Desa Batu Tapango tidak melakukan kewajiban sebagai pelaku usaha yang seharusnya dipenuhi, sebagaimana yang tercantum dalam Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen huruf (a) dan huruf (b) yang menyebutkan bahwa:

Pelaku usaha harus beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya dan pelaku usaha juga harus melakukan kegiatan usahanya dengan memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa serta memberi penjelasan terkait penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.

Hal ini ditunjukkan dengan bisnis kerupuk yang ada di Desa Batu Tapango yang dilakukan para pelaku usaha yang tidak memberikan label nama atau keterangan terkait produk yang dihasilkan atau *kareppe*.

Jadi kewajiban pelaku usaha untuk melakukan itikad baik pelaku usaha tidak terpenuhi kerana dalam memproduksi *kareppe* tidak dicantumkan label atau keterangan terkait informasi yang jelas mengenai produk yang dihasilkan sehingga itikad baiknya sebagai pelaku usaha dan merupakan kewajibannya sebagai pelaku usaha telah gugur. Hal tersebut dapat dikatakan telah menyalahi peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Sedangkan kewajiban pelaku usaha yang ada di Desa Batu Tapango yang memenuhi Pasal 7 UUPK yakni dalam huruf (c), (d), (e), (f), dan (g) sebagaimana yang diantaranya berbunyi:

Pelaku usaha harus memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan baik. Pelaku usahajuga harus menjamin mutu barang atau jasa yang diproduksi. Serta para pelaku usaha harus memberikan kompensasi, ganti rugi, dan penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan jasa yang diperdagangkan. Dan juga memberikan kesempatan kesempatan untuk menguji mencoba barang atau jasa tersebut.

Hal ini ditunjukkan bahwasanya para pelaku bisnis yang ada di Desa Batu saat melakukan transaksi dengan para konsumen senantiasa melayani dan

memperlakukan konsumen dengan jujur dan baik tanpa adanya diskriminasi pelanggan. Selain itu, dalam memasarkan produknya, para pelaku bisnis senantiasa memasarkan produk yang barangnya itu baru atau terjamin kualitasnya, karena setiap hari kerupuk yang dipasarkan merupakan kerupuk yang baru selesai diproduksi. Para pelaku bisnis juga memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan mencoba barang dengan cara para pelaku bisnis yang ada di Desa Batu Tapango memberikan kesempatan untuk melihat kerupuk/*kareppe* apakah sudah sesuai dengan kemauan konsumen atau tidak. Selain itu, para pelaku bisnis kerupuk di Desa Batu Tapango juga memberikan ganti rugi atau penggantian barang dalam hal ini adalah kerupuk/*kareppe* jika terdapat kerupuk yang tidak sesuai dengan permintaan para konsumen.

Selain itu, berdasarkan UUPK Pasal 2 Perlindungan Konsumen yang diselenggarakan sebagai usaha bersama semua pihak yang terkait, baik itu masyarakat, pelaku usaha, maupun pemerintah didasarkan pada lima asas, di antaranya:

a. Asas Manfaat

Asas ini dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.

b. Asas keadilan

Asas ini bermaksud agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.

c. Asas keseimbangan

Asas ini memiliki maksud untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materil dan spiritual.

d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen

Asas ini bertujuan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang digunakan.

e. Asas kepastian hukum

Asas kepastian hukum bertujuan agar pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam menyelenggarakan Perlindungan Konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Berdasarkan dari hasil pengamatan dan wawancara yang dilakukan oleh penulis terhadap bisnis kerupuk tanpa label nama yang ada di Desa Batu Tapango, maka penulis menyimpulkan bahwa para pelaku bisnis tidak memenuhi beberapa asas yang dituliskan di atas di antaranya salah satunya pada huruf (b) yang berbunyi “memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil”. Sedangkan dalam faktanya di lapangan hak konsumen tidak didapatkan. Hal ini karena tidak adanya label atau informasi yang melakat pada kerupuk/*kareppe* yakni para konsumen tidak mendapatkan hak mereka terkait kejelasan produk kerupuk baik itu berupa nama, komposisi yang diproduksi oleh para pelaku bisnis kerupuk yang ada di Desa Batu Tapango. Di mana seharusnya hak konsumen untuk mengetahui informasi tentang kerupuk/*kareppe* ini justru tidak didapatkan. Serta kewajiban pelaku usaha juga tidak dilakukan secara adil karena tidak memberikan informasi yang jelas terkait produk yang dihasilkan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah penulis menguraikan dalam pembahasan mengenai bisnis kerupuk tanpa label nama yang ada di Desa Batu Kecamatan Tapango Kabupaten Polewali Mandar, maka penulis kemudian menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam dunia ekonomi syariah, Islam hadir memberikan rambu-rambu atau peraturan berupa prinsip yang harus dipedomani pelaku usaha ketika menjalankan sebuah usaha atau bisnis. Hal ini juga selaras dengan bisnis kerupuk yang ada di Desa Batu Tapango yang melakukan kegiatan bisnis yang kegiatannya telah memenuhi sebagian dari prinsip yang harus dilakukan dalam praktik bisnis dalam Islam. Diantaranya, prinsip halal, thayyib, kejujuran, kewajaran, seimbang, bersaing secara sehat, etos kerja, dan professional. Hal ini ditunjukkan dengan para pelaku bisnis yang ada di Desa Batu mencari rezeki yang halal dengan cara berbisnis yakni melakukan bisnis kerupuk. Kegiatan usaha yang dilakukan oleh para pelaku usaha juga tidak tidak menyalahi aturan atau prinsip-prinsip bisnis dalam Islam yang harus dipedomani dalam menjalankan sebuah usaha atau bisnis. Hal ini disebabkan oleh para pelaku usaha bisnis kerupuk yang ada di Desa Batu Tapango melakukan suatu kegiatan usaha yang baik dan memberikan manfaat selain untuk dirinya juga kepada orang lain. Selain itu dalam memasarkan hasil produksinya, para pelaku bisnis memberikan harga yang tergolong murah di mana ketika para pelaku usaha menjual *kareppe* yang dalam satu ikat terdapat sepuluh lembar keripik hanya dijual dengan harga sebelas ribu rupiah, hal ini berarti kegiatan bisnis yang dilakukan oleh para pelaku bisnis di Desa Batu Tapango telah memenuhi prinsip bisnis dalam Islam dan hal

kewajaran. Berdasarkan dari apa yang menjadi landasan atau teori peneliti terhadap kegiatan bisnis yang dilakukan oleh masyarakat Desa Batu dalam hal ini adalah para pelaku bisnis, dapat dikatakan tidak ada masalah. Karena para pelaku usaha melakukan usaha dengan tetap memperhatikan segala aspek yang perlu dilakukan, dan juga para pelaku bisnis memiliki itikad baik dalam kegiatan usahanya, hanya saja dalam praktik bisnis yang dilakukan dalam hal ini adalah produk yang dihasilkan tidak diberikan label nama atau keterangan yang memuat informasi tentang kerupuk yang diproduksi.

2. Dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen terdapat kewajiban pelaku usaha dan hak-hak konsumen. Menurut pengamatan penulis di lapangan, dalam praktik bisnis kerupuk tanpa label nama di Desa Batu Tapango tidak memenuhi hak-hak konsumen yang tercantum dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen huruf (a), (c) dan (d) yang mengatakan bahwa “*Konsumen mendapatkan hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan, dalam mengkonsumsi barang dan jasa serta konsumen juga mendapatkan hak-hak atas informasi yang benar, jujur, dan jelas mengenai kondisi dan jaminan barang dan jasa. Serta mendapatkan hak untuk didengar pendapat atau keluhannya atas barang atau jasa yang digunakan.*” Hal ini ditunjukkan dengan Bisnis kerupuk tanpa label nama yang ada di Desa Batu Tapango yang tidak memberikan label atau mencantumkan keterangan terkait informasi pada produk kerupuk yang dihasilkan seperti nama, tanggal kadaluarsa, tanggal pembuatan, komposisi, netto, berat bersih, dan keterangan pelaku usaha. Bisnis pembuatan kerupuk yang ada di Desa Batu hanya membuat suatu produk yakni *kareppe* tanpa ada keterangan atau label yang melekat pada produk yang dihasilkan. Oleh sebab itu, hal tersebut telah menyalahi peranturan perundang-undangan

yang berlaku. Sedangkan dalam praktik bisnis kerupuk di Desa Batu yang telah memenuhi hak-hak konsumen sebagaimana yang diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yakni huruf (b), (e), (f), (g), (h), dan (i) yang beberapa diantaranya berbunyi “*Konsumen berhak memilih barang dan jasa dan mendapatkan barang dan jasa tersebut sesuai dengan perjanjian nilai tukar. Konsumen juga berhak untuk mendapatkan ganti rugi, kompensasi dan penggantian apabila barang dan jasa yang diterima tidak sesuai dengan sebagaimana mestinya. Serta konsumen berhak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.*” Sebagaimana dalam praktiknya, para konsumen berhak melihat, memilih dan mengambil kerupuk yang paling bagus menurut mereka serta layak untuk dikonsumsi. Saat melakukan pembelian kerupuk, para konsumen juga mendapatkan haknya dengan dilayani secara baik oleh para pelaku bisnis atau penjual kerupuk yang ada di Desa Batu Tapango. Serta para konsumen juga dapat melakukan keluhan atau meminta kompensasi atau ganti rugi serta penggantian kerupuk jika terdapat kerupuk yang sudah tidak layak konsumsi dengan cara mendatangi penjual kerupuk/*kareppe* atau pada saat melakukan pembelian, kemudian terdapat sehelai kerupuk yang rusak atau tidak sesuai dengan perjanjian, maka konsumen dapat mengajukan ganti rugi atau penggantian kerupuk tersebut. Selain itu, para pelaku bisnis tidak memenuhi beberapa asas yang dituliskan diantaranya salah satunya pada huruf (b) yang berbunyi “memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil”. Sedangkan dalam faktanya di lapangan hak konsumen tidak didapatkan. Hal ini karena tidak adanya label atau informasi yang melakat pada kerupuk/*kareppe* yakni para konsumen

tidak mendapatkan hak mereka terkait kejelasan produk kerupuk baik itu berupa nama, komposisi yang diproduksi oleh para pelaku bisnis kerupuk yang ada di Desa Batu Tapango. Di mana seharusnya hak konsumen untuk mengetahui informasi tentang kerupuk/*kareppe* ini justru tidak di dapatkan. Serta kewajiban pelaku usaha juga tidak dilakukan secara adil karena tidak memberikan informasi yang jelas terkait produk yang dihasilkan.

B. Implikasi Penelitian

Dari hasil penelitian dan analisis data yang didapatkan oleh peneliti selama melakukan penelitian, maka dapat disimpulkan kepada pihak-pihak yang terlibat dalam penelitian ini dengan harapan dapat dijadikan pertimbangan dalam melakukan kegiatan usaha atau bisnis. Khususnya bagi bisnis kerupuk tanpa label nama di Desa Batu, Kecamatan Tapango:

1. Diharapkan kepada pemerintah atau lembaga yang berwenang seperti Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM Polewali Mandar agar melakukan penyuluhan dan memberikan pelatihan kepada pelaku bisnis dan informasi terkait bagaimana memasarkan produk yang sesuai dengan syari'at dan undang-undang. Diharapkan juga untuk memberikan beberapa kebijakan atau aturan yang tegas yang kepada para pelaku bisnis yang memiliki efek jera agar tidak terjadi lagi masalah yang ditemukan di lapangan sehingga tercapainya bisnis yang aman dan sesuai dengan aturan yang ada dalam syari'at dan undang-undang.
2. Peneliti menyarankan kepada lembaga sentral di bawah naungan MUI yang ada di Polewali Mandar untuk memudahkan masyarakat melakukan pemasangan label halal dan melakukan pengawasan yang ketat terhadap produk konsumen terutama pada produk konsumsi sebagai pangan untuk

menjaga keselamatan para konsumen agar tercapainya bisnis yang sesuai dengan syari'at.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Abdullah, M. Ma'ru'ul. *Wirausaha Berbasis Syariah*. Cet. I; Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2013.
- Ahmadi, Miru. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2008.
- Alma, Buchari. *Management Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- Anwar, Muhammad. *Islamic Economic Methodology dalam Ekonomi Islam ed Rozalinda*. Jakarta: PT Rajagrafindo, 2015.
- Bodi, Muh. Idham Khalid. dkk., *Koro'ang Mala'bi: Al-Quran Terjemahan Bahasa Mandar dan Indonesia*, Makassar: Direktorat Jenderal Bimas Islam Kementerian Agama Republik Indonesia, 2019.
- Dasuki, HA. Hafizh. *Ensiklopedia Hukum Islam PT. Ichtiar Baru Van Hoeve*. Jakarta: FIK-IMA, 2011.
- Djamil, Faturrahman. *Hukum Ekonomi Islam*. Jakarta Timur: Sinar Grafika, 2013.
- Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*. Bandung: Syaamil, 2019.
- Echols, John. *Kamus Inggris-Indonesia*. Cet. XXII; Jakarta: Gramedia, 1996.
- Hadi, Sutisno. *Metodologi*, Yogyakarta: Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi UGM, 1987.
- J, Sidobalok. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014.
- K, Bertens. *Pengantar Etika Bisnis*. Yogyakarta: Kanisius, 2000.
- Mahmud, Husain Hamid. *Al-Nizham al-Mal wa al-Istiqhad dalam Ekonomi Islam ed Rozalinda*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2015.
- Marzuki, Peter Mahmud. *Penelitian Hukum: Edisi Revisi*. Cet. XIII; Jakarta: Kencana, 2017. h. 46.
- Muhamad. *Bisnis Syariah: Transaksi dan Pola Pengikatannya*. Cet.I; Depok: Rajawali Pers, 2018.
- Novliadi, Ferry. *Hubungan Antara Organization Based Self Esteen Dengan Etos Kerja*. Medan: t.p, 2009.
- Sitorus, Felix. *Penelitian Kualitatif*. Cet.I; Bogor: Kelompok Dokumentasi Ilmuilmu Sosial, 1998.
- Tanjung, M.Azrul. *Meraih Surga Dengan Berbisnis*. Jakarta: Gema Insani, 2013.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Cet. II; Jakarta: Balai Pustaka, 1994.

SKRIPSI

- Ifah, Fina Zahratul. *Perlindungan Konsumen dalam Pemasangan Label Produk Kripik Singkong Perspektif UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Masalah Mursalah: Studi Kasus Desa Jatitamban, Kecamatan Wringin, Kabupaten Bondowoso*. 2021.
- Mariyah, Amna. *Jual Beli Produk Tanpa Label Harga Ditinjau Menurut Perspektif Bai Mu'atah dan UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen: Studi Kasus pada Swalayan Gampong Kopelma Darussalam Kota Banda Aceh*. 2019.
- Mariana, Rina. *Perspektif Hukum Ekonomi Syariah terhadap Produk yang Tidak Memiliki Label Halal*. 2017.
- Ratnasari, Dwi. *Jual Beli Produk Makanan Tanpa Label di Pasar Lakessi Parepare Analisis Etika Bisnis Islam*. 2019.
- Syarifuddin, Ahmad. *Jual Beli Tanpa Label Harga Perspektif Undang-undang Perlindungan Konsumen dan Hukum Islam: Studi pada Rumah Makan di Kota Palangka Raya*. 2017.

JURNAL

- A, Abdurrahman. *Prinsip-prinsip Praktik Bisnis Islam Bagi Pelaku Usaha Muslim*. Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM, Vol. 24, No. 3, 2017.
- Amalia, Fitri. *Etika Bisnis Islam: Konsep dan Implementasi Bagi Pelaku Usaha Kecil, al-Istishad*. Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah, Vol. 6, No. 1, 2014.
- Ansori, Teguh. *Fihi Progresif: Fihi Modern Berdasarkan Maqasid al-Syariah Perspektif Jaser Auda*. Jurnal al-Syakhsyiyah, Vol. 2, No. 1, 2020.
- Arriyadi, *Bisnis dalam Islam*. Jurnal Hadratul Madaniyah. Palangka Raya: RTA Milono, Vol. 5, No. 1, 2018.
- Azazy, Yusup. *Prinsip Bisnis dalam Perspektif Hukum Ekonomi Islam*. Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Jati. Jurnal Ekonomi Syariah, Vol. 5, No. 2, 2010.
- Baidow, Aris. *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Jurnal Hukum Islam, Vol. 9, No. 2, 2011.
- Muchtar, Evan Hamzah. *Konsep Hukum Bisnis Syariah dalam al-Quran Surat al-Baqarah [2] ayat 168-169: Kajian tematis mencari rezeki halal*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol. 2, No. 2, 2018.
- Norvadewi. *Bisnis Dalam Perspektif Islam: Telaah konsep, prinsip dan landasan normatif*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, al-Tijary, Vol.1, No. 1, 2015.
- Pransiska, Toni. *Menekar Pendekatan Teologis Normatif dalam Memahami Agama di Era Pluralitas Agama di Indonesia*. Jurnal Penelitian dan pengabdian, Vol.5, No.1, 2017.
- Zaroni, Akmad Nur. *Bisnis dalam Perspektif Islam: Telaah aspek keagamaan dalam kehidupan ekonomi*. Jurnal Mazahib. Vol.4, No.2, 2007.

UNDANG-UNDANG

Pasal 6 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Pasal 8 Angka 1 dan 2 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

WAWANCARA

Burhanuddin, Pelaku usaha bisnis kerupuk tanpa label nama di Desa Batu Tapango, *18 Agustus 2023*.

Kadir, Pelaku usaha bisnis kerupuk tanpa label nama di Desa Batu Tapango, *18 Agustus 2023*.

Naima, Sekretaris kantor Desa Batu Kecamatan Tapango, *18 Agustus 2023*.

Kardi, Konsumen bisnis kerupuk tanpa label nama di Desa Batu Tapango, *Januari 2023*.

Rahmawati, Staf pelayanan kantor Kecamatan Tapango, *16 Agustus 2023*

Sudarseh, Konsumen bisnis kerupuk tanpa label nama di Desa Batu Tapango, *Januari 2023*.

Triono, Pelaku usaha bisnis kerupuk tanpa label nama di Desa Batu Tapango, *18 Agustus 2023*.

PEDOMAN WAWANCARA

A. Pelaku usaha

1. Apakah bapak/ibu tahu atau mengerti tentang apa itu label ?
2. Apakah bapak/ibu pernah memiliki usaha untuk memberikan label pada usaha bisnis kerupuk yang dijalankan ?
3. Apakah bapak/ibu pernah mendengar tentang aturan perundang-undangan yang mengatur tentang perlindungan konsumen ?
4. Apakah pernah ada upaya pengenalan terkait bagaimana pemasangan label pada sebuah produk dari instansi berwajib ?
5. Apakah bapak/ibu tahu bahwa terdapat kewajiban pelaku usaha untuk memberikan keterangan atau label pada produk yang dihasilkan ?

B. Konsumen

1. Apakah pernah ada keluhan atas kerupuk yang dihasilkan selama ini ?
2. Sudah berapa lama bapak/ibu mengonsumsi kerupuk ini ?
3. Apakah bapak/ibu tahu bahwa ada undang-undang yang mengatur tentang hak bapak/ibu untuk mendapatkan informasi yang jelas terhadap suatu produk ?
4. Apakah bapak/ibu pernah bertanya kepada pelaku usaha mengapa tidak memberikan label pada hasil produk kerupuk ?
5. apakah bapak/ibu pernah merasa bahwa seharusnya pelaku usaha memberikan label pada kerupuk tersebut agar tidak ada kecurangan yang bisa merugikan konsumen ?

**L
A
M
P
I
R
A
N**

Dokumentasi pada saat melakukan wawancara



(dok. Wawancara bersama bapak Burhanuddin, salah satu pelaku bisnis kerupuk tanpa label nama di Desa Batu Tapango)



(Dok. Proses pembuatan kerupuk berupa adonan sebelum dibentuk menjadi beberapa lembar kerupuk)



(Dok. Wawancara dengan bapak Triono, pelaku usaha bisnis kerupuk tanpa label nama di Desa Batu Tapango)



(Dok. Gambar foto keripik yang siap untuk dijemur)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Mutiara Hikma Yahya, lahir di Kanang pada tanggal 16 Juli 2001. Anak kelima dari lima bersaudara dari pasangan Muh.Yahya dan Asmawati. Pertama kali mengenyam pendidikan Taman Kanak-kanak di Raudatul Adwiyah (RA) DDI Kanang dan lulus pada tahun 2007. Kemudian melanjutkan pendidikan Sekolah Dasar di MI DDI Kanang dan selesai pada tahun 2013. Setelah itu, peneliti kemudian melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 01 Polewali dan lulus pada tahun 2016. Kemudian menempuh pendidikan Sekolah Menengah Atas di MAN 2 Parepare dan lulus pada tahun 2019. Selanjutnya pada tahun yang sama, peneliti melanjutkan pendidikan ke jenjang Perguruan Tinggi di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Majene dengan mengambil program studi Hukum Ekonomi Syariah pada Jurusan Syariah dan Ekonomi Bisnis Islam dan lulus pada tahun 2023.



**PEMERINTAH KABUPATEN POLEWALI MANDAR
KECAMATAN TAPANGO**

Jl. Poros Tapango Desa Tapango,
Kode Pos 91352

SURAT KETERANGAN

Nomor : 421.7.73/065/VIII/Kec. Tapango

Berdasarkan surat Permohonan Rekomendasi Nomor : 640/101/V/Kec. Tapango, tanggal 16 Agustus 2023, perihal Surat rekomendasi Izin penelitian

Yang Bertanda Tangan di bawah ini :

Nama : HIRAWATI, SP., M.Adm. KP.
Pangkat : Pembina (Vi/a)
NIP : 19760709 200801 2 2025
Jabatan : Camat Tapango

Menerangkan Bahwa :

Nama : MUTIARA HIKMA YAHYA
NIM : 20256119186
Prody : Hukum Ekonomi Syariah (HES)
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Bisnis Islam
Semester : VIII (Delapan)
Alamat : Desa batetangga Kec. Binuang

Telah melaksanakan Penelitian pada Kantor Kecamatan Tapango dengan Judul "Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah dan Undang-Undang perlindungan konsumen terhadap bisnis Kerupuk tanpa label nama (study Khusus di Desa Batu Kec. Tapango)

Demikian surat Keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkandi : Tapango
Pada Tanggal : 16 Oktober 2024



Tembusan Yth ,

1. Ka. Badan Kesbanpol Kab. Polewali Mandar di Polewali;
2. Rektor STAIN Majene di Tempat;
3. Yang bersangkutan;
4. Pertinggal.