BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia sebagai makhluk sosial selalu hidup bersama antar kelompok dan saling ketergantungan satu sama lain dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Dimana dalam interaksinya, di satu sisi terdapat peran sebagai pelaku usaha pangan yang bertugas untuk memproduksi kebutuhan konsumsi manusia, sedangkan di sisi lain ada pihak yang berperan sebagai konsumen, yakni pihak yang menggunakan hasil produksi dari pelaku usaha pangan dalam memenuhi kebutuhan konsumsinya.

Berbagai bentuk olahan saat ini sudah tersedia di pasaran yang siap untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Dengan semakin beragamnya makanan yang beredar di pasaran saat ini dan dengan semakin ketatnya persaingan usaha memicu para pelaku usaha untuk mencari keuntungan yang sebesar-besarnya dengan modal yang seminim mungkin tanpa memperhatikan lagi salah satu asas pembangunan nasional yaitu kesadaran hukum. Dimana tiap-tiap warga negara Indonesia harus selalu sadar dan taat kepada hukum. Konsumen tidak dapat dipisahkan dari pihak pelaku usaha.

Konsumen yang berada dalam posisi yang lemah tidak memiliki akses yang cukup untuk mendapatkan hak-haknya mengakibatkan lemahnya perlindungan hukum bagi konsumen. Sudah menjadi rahasia umum bahwa pelaku

usaha memiliki posisi lebih tinggi dibandingkan dengan konsumen, sehingga untuk melindungi konsumen diperlukan seperangkat aturan hukum.[1]

Hukum harus dijadikan sarana pencegah bagi pelaku bisnis. Di Negara kita, untuk melindungi konsumen dari kejahatan bisnis seperti penipuan, iklan produk yang menyesatkan dan agar konsumen dapat dilayani dengan baik maka di buatlah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999.[2]

Dalam dunia bisnis jika di perhatikan secara seksama banyak sekali penyimpangan yang dilakukan oleh pelaku usaha. Penyimpangan ini terjadi karena mereka tidak lagi patuh pada peraturan perundang-undangan yang berlaku. Contohnya masih banyaknya penggunaan zat pewarna tekstil untuk bahan makanan yang dikonsumsi manusia, penggunaan zat pengawet yang melebihi ambang toleransi, penggunaan zat aditif lain seperti susu bermilamin, praktik pengawetan ikan dengan borak, pengoplosan dendeng daging sapi dengan daging babi (celeng), kesemuanya itu adalah diantara sederetan penyimpangan perilaku bisnis yang akhir-akhir ini sangat sulit didetesi dan di berantas.[3]

Bukittinggi merupakan salah satu kota yang ada di Indonesia yang terdapat di Propinsi Sumatera Barat. Disini banyak terdapat perusahaan kecil dan menengah yang bergerak dibidang makanan tradisional dalam kemasan atau camilan. Salah satunya adalah keripik singkong yang lebih dikenal kerupuk

---

[1] Hendra Muttaqin,"*Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Produk Pangan Industri Rumah Tangga Yang Tidak Berlabel Di Kota Semarang"*Skripsi, (Semarang: Universitas Negeri Semarang, 2016)

[2]AgusArijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*,(Jakarta: Rajawali Pers,2014), h.63

[3] Muhammad Djakfar, *Hukum Bisnis. Membangun Wacana Integrasi Perundangan Nasional Dengan Syariah,* (Malang: UIN_MALIKI PRESS, 2013)

"Sanjai". Kerupuk Sanjai merupakan salah satu makanan hasil olahan industri rumah tangga yang berasal dari Kota Bukittinggi. Panganan ini berwujud keripik dengan bahan baku singkong. Sanjai secara umum terbagi menjadi tiga jenis yaitu tawar tanpa bumbu berwarna putih, asin bewarna kuning dan berbumbu pedas atau yang populer di sebut dengan keripik balado.[4] Sekarang ini kerupuk Sanjai tidak hanya di produksi di Bukittinggi saja tapi sudah merupakan jenis makanan ringan yang sudah dihasilkan oleh daerah lain dengan kemasan yang berbeda namun dengan rasa yang sama.

Salah satu daerah penghasil kerupuk Sanjai di Bukittinggi yaitu di Kelurahan Manggis Ganting Kecamatan Mandiangin Koto Selayan. Usaha kerupuk sanjai di Kelurahan Manggis Ganting yang sudah ada sejak bertahun-tahun yang lalu masih tetap bertahan dan berkembang walaupun sudah ada produk-produk sejenis yang diproduksi oleh Industri besar.

Salah satu kelemahan dari produk karupuk sajai di Kelurahan Manggis adalah dalam hal kemasannya. Dibandingkan dengan produk sanjai dikelurahan manggis, perusahan besar memiliki kenggulan dalam hal membuat kemasan. Dimana pada kemasanan yang di produksi oleh perusahaan yang lebih besar sudah dicantumkan keterangan mengenai nama produk, komposisi, berat bersih, alamat pihak yang memproduksi, serta tanggal kadaluwarsa. Sementara untuk produk Kerupuk Sanjai di Kelurahan Manggis tidak mencantumkan sama sekali. Hal ini

[4]http://www.Indonesiakaya.com

menjadi salah satu kelemahan dari karupuak Sanjai produksi Kelurahan Manggis Ganting dalam kenyamanan konsumen untuk mengkonsumsi produknya.

Untuk tingkat lokal hal ini tidak menjadi masalah. Tetapi untuk dapat bersaing di tingkat nasional maupun internasional, Karupuak Sanjai sudah jauh tertinggal. Ada beberapa alasan tidak dicantumkannya label yang baik oleh produsen kerupuk sanjai yang ada di Bukittinggi.

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan dengan salah seorang produsen, alasan tidak di cantumkannya informasi yang lengkap pada label kemasan Karupuak Sanjai yang di produksinya yaitu karena memang dari dulu sudah seperti itu dan selama ini tidak ada yang komplen terhadap label produknya. Kalau dilihat dari Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, produsen seharusnya mencantumkan informasi-informasi penting pada label produk Kerupuk Sanjai yang di produksinya. Selain karena di haruskan menurut undang-undang, informasi yang terdapat pada kemasan produk juga sangat mempengaruhi kepada kualitas produk dan terhadap kepercayaan konsumen.

Al-Qur'an dan Hadist Rasulullah SAW memberikan arahan mengenai kaidah-kaidah dalam berproduksi antara lain adalah: Memproduksi barang dan jasa yang halal pada setiap tahapan produksi, mencegah kerusakan di muka bumi, melakukan produksi untuk mencapai kemakmuran dan keselamatan umat serta meningkatkan kualitas sumberdaya manusia. Dalam islam perilaku produksi tidak

hanya menyandarkan pada kondisi permintaan pasar, melainkan juga berdasarkan pertimbangan kemaslahatan.[5]

Maslahah dalam ekonomi Islam diterapkan sesuai dengan prinsip rasionalitas muslim, bahwa setiap pelaku ekonomi selalu ingin meningkatkan maslahah yang diperolehnya.[6] Namun dalam kenyataannya maslahah tidak selalu dapat terwujudkan karena tidak semua pelaku usaha melakukan usaha sesuai dengan aturan-aturan yang sudah ditetapkan. Diantara mereka ada yang melakukan kecurangan-kecurangan usaha dengan tujuan dapat meraup keuntungan yang lebih besar.

Kecurangan-kecurangan yang dilakukan oleh pelaku usaha dapat dibuktikan melalui observasi yang penulis lakukan dilapangan berupa penemuan pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha yang menjual makanan dalam kemasan dan tidak mencantumkan label yang sesuai aturan pada makanan tersebut. Hal ini penulis akan membuktikannya melalui pengambilan gambar dan menempatkannya pada halaman lampiran.

Dengan adanya bukti temuan dilapangan tersebut menunjukan secara hukum pelaku usaha telah melanggar Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Berlakunya undang-undang perlindungan konsumen bukan untuk memberikan batasan usaha bagi para pelaku usaha akan tetapi, justru

---

[5] Mustafa Edwin Nasution,dkk. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006) hlm.112

[6] Rozalinda, *Ekonomi Islam, Teori dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi* (Jakarta::PT RAJAGRAFINDO PERSADA, 2014) hlm. 97

sebaliknya perlindungan konsumen untuk dapat mendorong terciptanya iklim berusaha yang sehat dan jujur.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul "**ANALISIS PERILAKU PRODUSEN MAKANAN DALAM KEMASAN TERHADAP PENCANTUMAN LABEL DITINJAU MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM***"*

B. Identifikasi Masalah

Peraturan-peraturan yang dibuat oleh Pemerintah dalam rangka perlindungan konsumen ternyata tidak diikuti dan dipatuhi bagi sebagian pelaku usaha yang ada. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka pokok masalah yang di angkat dalam penelitian yaitu "Bagaimana Perilaku Produsen Makanan Dalam Kemasan Terhadap Pencantuman Label Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Islam."

C. Batasan Masalah

Pembatasan masalah dalam penelitian ini dimaksudkan agar lebih terfokus, tidak kabur dan sesuai dengan tujuan penelitian, maka penulis perlu untuk membatasi masalah yang akan diteliti yaitu tentang "Analisis Perilaku Produsen Makanan Dalam Kemasan Terhadap Pencantuman Label Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Islam"

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Mengapa pencantuman informasi makanan pada label produk makanan dalam kemasan masih di abaikan oleh pelaku usaha pangan di Kelurahan Manggis?
2. Bagaimana perilaku produsen tersebut ditinjau menurut perspektif ekonomi Islam?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan di lakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Hal yang menyebabkan tidak dicantumkannya informasi makanan pada label produk makanan dalam kemasan oleh pelaku usaha olahan industri rumah tangga
2. Perilaku produsen menurut Perspektif Ekonomi Islam

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Dari sisi Akademisi, hasil penelitian ini di harapkan menjadi salah satu referensi bagi penelitian selanjutnya, terutama yang mengkaji topik yang sama.
2. Diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang pentingnya pencantuman label produk makanan dalam kemasan olahan industri rumah tangga di Bukittinggi.

G. Penjelasan Judul

Untuk mengetahui suatu gambaran yang jelas dan untuk mehindari pengertian yang salah, maka penulis mencoba menjelaskan judul penelitian tentang**"***Perilaku Produsen Makanan Dalam Kemasan Terhadap Pencantuman Label Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Islam*" Sebagai Berikut:

Perilaku Produsen	:Tingkah laku atau upaya-upaya yang dilakukan oleh produsen dalam menghasilkan barang dan jasa secara efektif dan efisien untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen di pasar dengan mendapatkan laba
Makanan Dalam Kemasan	:Makanan yang di kemas atau di bungkus baik dengan menggunakan plastik atau pembungkus lainnya
Label	: Keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada atau merupakan bagian kemasan pangan.
Ekonomi Islam	:Suatu cabang pengetahuan yang membantu merealisasikan kesejahteraan manusia melalui

> alokasi dan ditribusi sumber sumber daya langka yang seirama dengan *maqasyid syariah* yaitu menjaga agama (*lihifsz al din),* jiwa manusia (*li hifdz al nafs),* akal *(li hifdz al aql),* keturunan (*li hifdz al nasl),* dan menjuaga kekayaan *(hifdz al mal),* (Chapra, 2001)[7]

Berdasarkan hal di atas, maka yang penulis maksud dengan judul secara keseluruhan adalah Analisis Perilaku Produsen Makanan Dalam Kemasan Terhadap Pencantuman Label Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Islam.

H. Kajian Terdahulu

Pembahasan topik yang mengarah kepada masalah pelaku usaha ini telah penulis analisa dan penulis menemukan judul terdahulu di berbagai sumber diantaranya:

Penelitian yang di lakukan oleh Brian C Iskandar Marzuki (3210.054). Jurusan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi yang berjudul *Hak-Hak Konsumen pasal (a), (b),(c)di Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Menurut Perspektif Ekonomi Islam.* Penelitian ini merupakan penelitian *library research (*penelitian kepustakaan) yang merupakan metode yang mencoba melihat suatu persoalan secara kepustakaan yang menghasilkan

[7]Muhammad, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam,* (Yogyakarta: GrahaIlmu, 2007), h.2

suatu penelitian yang valid dan dapat di pertanggung jawabkan sesuai spesifikasi masalah yang diteliti.[8]

Penelitian yang di lakukan oleh Anak Agung Ayu Diah Indrawati yang meneliti tentang "*Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Pelabelan Produk Pangan".* Penelitian ini dimaksudkan untuk menyumbangkan pemikiran berkenaan dengan label, mengingat semakin banyaknya produk makanan yang beredar di masyarakat dengan bermacam-macam label, sehingga kepedulian konsumen akan haknya atas informasi sangat membantu dalam usaha-usaha pemberdayaan konsumen itu sendiri. Penelitian ini berkesimpulan ketentuan pelabelan produk pangan belum memenuhi asas-asas perlindungan konsumen yakni asas manfaat, keadilan, keseimbangan, keselamatan dan kepastian hukum. Hal mana dapat dilihat dari pengertian label sendiri yang masih menimbulkan persoalan.[9]

Sementara penulis memiliki tema penelitian berupa "*Perilaku Produsen Makanan Dalam Kemasan Terhadap Pencantuman Label Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Islam",* dengan tujuan penelitian yakni hal yang menyebabkan tidak di cantumkannya label kemasan produk pangan yang sesuai dengan peraturan yang berlaku yang kemudian akan di kaji menurut pandangan Ekonomi Islam.

---

[8]Brian C Iskandar Marzuki*" Hak-Hak Konsumen Pasal (A), (B), (C) Didalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Menurut Perspektif Ekonomi Islam*" Skripsi, (Bukittinggi: IAIN, 2016)

[9]Anak Agung Ayu Diah Indrawati "*Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Pelabelan Produk Pangan"* Tesis, (Denpasar: Universitas Udayana,2011)

I. Sistematika Penulisan

Agar penulisan dalam skripsi ini tersusun secara sitematis dan terarah, maka penulis merasa perlu membuat sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Terdiri dari latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, penjelasan judul, kajian terdahulu dan sistematika penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Bagian ini memuat teori apa yang digunakan untuk landasan kerja penelitian. Mengenai teori-teori yang diharapkan mampu mempermudah dalam memperoleh hasil penelitian.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Terdiri dari jenis penelitian, sumber data, lokasi penelitian dan instrumen penelitian.

BAB IV: HASIL PENELITIAN

Berisikan tentang tanggung jawab dari rumusan masalah yang penulis teliti.

BAB V: PENUTUP

Berisikan tentang kesimpulan dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Produk

1. Pengertian produk

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Secara konseptual produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan, sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar.[10]

Kotler dan keller mendefinisikan produk sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan pada pasar untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan. Berdasarkan dua definisi mengenai produk di atas maka dapat disimpulkan bahwa produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan produsen kepada konsumen

[10]Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran,* (Yogyakarta: Andi, 2002) hlm. 95

penggunanya. Selain itu, produk dapat pula didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya. Secara lebih rinci, konsep produk total meliputi barang, kemasan, merek, label, pelayanan, dan jaminan.

Menurut Kotler dan Keller Lima tingkat produk itu antara lain[11]:

a. Manfaat inti (Core Benefit)

   Adalah layanan atau manfaat mendasar yang sesungguhnya dibeli pelanggan.

b. Produk dasar

   Pemasar harus mengubah manfaat inti menjadi produk dasar.

c. Produk yang diharapkan

   Yaitu beberapa atribut dan kondisi yang biasanya diharapkan pembelli ketika mereka membeli produk.

d. Produk yang ditingkatkan

   Pada tingkat ini produk melampaui harapan pelanggan

e. Calon produk (Potential Product)

   Meliputi segala kemungkinan peningkatan dan perubahan atau tawaran tersebut pada masa mendatang.

2. Atribut produk

[11] Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* jilid 2,(Jakarta: Indeks,2007) hlm 4

Menurut Tjiptono suatu produk biasanya diikuti oleh serangkaian atribut-atribut yang menyertai suatu produk meliputi beberapa hal antara lain adalah sebagai berikut: [12]

a. Merek

Merek adalah simbol yang dirancang untuk mengidentifikasikan produk yang ditawarkan penjual. Fungsi merek adalah untuk membedakan suatu produk perusahaan pesaingnya, untuk mempermudah konsumen mengidentifikasikan produk dan menyakinkan konsumen akan kualitas produk yang sama jika melakukan pembelian ulang. Merek memegang kendali yang besar dalam keputusan pembelian. Merek digunakan oleh pemasar untuk beberapa tujuan yaitu sebagai berikut:

1) Sebagai identitas yang bermanfaat dalam diferensiasi atau membedakan produk suatu perusahaan dengan produk pesaingnya.
2) Sebagai alat promosi, yaitu sebagai alat daya tarik produk.
3) Untuk membina citra, yaitu dengan memberikan keyakinan, jaminan, kualitas, serta prestise tertentu kepada konsumen.
4) Untuk mengendalikan pasar.

b. Kemasan

Kemasan diandalkan khusus untuk mendapatkan manfaat perlindungan dan kemudahan fungsi konsumen dalam pemasaranuntuk melindungi dan menjaga

[12] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran,* (Yogyakarta: Andi, 2002) hlm. 101

keamanan produk. Pemberian kemasan pada suatu produk bisa memberikan tiga manfaat utama yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat komunikasi.

   Manfaat utama kemasan adalah sebagai media pengungkapan informasi produk kepada konsumen. Informasi tersebut meliputi cara menggunakan produk, komposisi produk, dan informasi khusus (efek samping, frekuensi pemakaian dan lain sebagainya).

2. Manfaat fungsional.

   Kemasan seringkali pula memastikan peranan fungsional yang penting, seperti memberikan kemudahan, perlindungan, dan penyimpanan.

3. Manfaat perseptual.

   Kemasan juga bermanfaat dalam menanamkan persepsi tertentu dalam benak konsumen.

3. Produksi

Produksi adalah kegiatan manusia untuk menghasilkan barang dan jasa yang kemudian dimanfaatkan oleh konsumen. Secara teknis produksi adalah proses mentransformasi input dan output. Kegiatan produksi dalam ekonomi Islam yaitu proses mencari, mengalokasikan dan mengolah sumber daya menjadi output dalam rangka meningkatkan maslahah bagi manusia. Produksi juga mencangkup aspek tujuan kegiatan menghasilkan output serta karekter-karakter yang melekat pada hasilnya.

Tujuan produksi dalam konsep ekonomi konvensional produksi dimaksud untuk memperoleh laba sebesar-besarnya, berbeda dengan tujuan produksi dalam ekonomi Islam yang bertujuan untuk memberikan maslahah yang maksimum bagi konsumen. Walaupun dalam ekonomi Islam tujuan utama untuk memaksimalkan maslahah, memperoleh laba tidaklah dilarang selama berada dalam bingkai tujuan dan hukum Islam. Secara lebih spesifik, tujuan kegiatan produksi adalah meningkatkan kemaslahatan yang bisa diwujudkan dalam berbagai bentuk diantaranya:

a. Menemukan kebutuhan masyarakat dan pemenuhannya
b. Menyiapkan persediaan barang dan jasa dimasa depan
c. Pemenuhan sarana bagi keguiatan sosial dan ibadah kepada Allah

Faktor produksi ekonomi islam dengan ekonomi konvensional tidak berbeda , yang secara umum dapat dinyatakan :

1) Faktor produksi tenaga kerja
2) Faktor produksi bahan baku dan bahan penolong
3) Faktor produksi modal

Diantara tiga faktor produksi di atas, modal yang memerlukan perhatian khusus karena dalam ekonomi konvensional di berlakukan sistem bunga. Pengenaan bunga terhadap modal ternyata membawa dampak yang luas bagi tingkat efesiensi produksi.

Al-Quran dan Hadist Rasulullah Saw memberikan arahan mengenai prinsip-prinsip produksi yaitu[13]:

1. Tugas manusia dimuka bumi sebagai kalifah adalah memakmurkan bumi dengan ilmu dan amalanya. Allah menciptakan bumi dan langit beserta apa yang ada diantara keduanya karena sifat Rahman dan Rahim- Nya kepada manusia. Karena sifat tersebut juga harus melandasi aktifitas manusia dalam pemanfaatan bumi dan langit dan segala isinya.
2. Islam selalu mendorong kemajuan di bidang produksi, menurut yusuf Qardawi, Islam membuka lebar penggunaan metode ilmiah yang didasarkan pada penelitian, eksperimen dan perhitungan. Akan tetapi Islam tidak mengajarkan pemenuhan terhadap hasil karya ilmu pengetahuan dalam arti melepaskan dirinya dari Al-Quran dan Hadist.
3. Teknik produksi diserahkan pada keinginan dan kemampuan manusia
4. Dalam berinovasi dan bereksperimen pada prinsipnya agama islam menyukai kemudahan, menghindari mudharat dan memaksimalkan manfaat. Dalam Islam tidak terdapat ajaran yang memerintahkan membiarkan segala urusan berjalan dengan kesulitannya.

Produksi dalam Islam tidak dapat dipisahkan dari tujuan kemandirian umat. Untuk itu hendaknya umat memiliki berbagai kemampuan, keahlian dan prasarana yang memungkinkan terpenuhinya kebutuhan spiritual dan material. Juga terpenuhinya kebutuhan pengembangan peradaban dibidang ilmu, industri,

[13]Http://dosen.perbanas.id

perdagangan, keuangan merupakan fardhu kifayah yang dengan manusia biasa melaksanakan urusan agama di dunianya.

Meningkatnya kualitas sumber daya manusia baik kualitas spiritual maupun mental dan fisik. Kekuatan spiritual terkait dengan keadaran rohaninya, kualitas mental terkait dengan dan etos kerja, intelektual, kreatifitasnya serta fisik, mencangkup kekuatan fisik, kesehatan, efesiensi, dan sebagainya. Menurut Islam kualitas rohiah individu mewarnai kekuatan-kekuatan lainnya, sehingga membina kekuatan rohaniah menjadi unsur penting dalam produksi ekonomi.

4. Klasifikasi Produk

Klasifikasi produk bisa dilakukan atas berbagai macam sudut pandang. Berdasarkan berwujud tidaknya, produk dapat diklasifikasikan ke dalam dua kelompok utama yaitu sebagai berikut:[14]

Berdasarkan wujudnya antara lain:

a. Barang

Barang merupakan produk yang berwujud fisik, sehingga bisa dilihat, diraba/disentuh, dirasa, dipegang, disimpan, dipindahkan,dan perlakuan fisik lainnya. Ditinjau dari aspek daya tahannya, terdapat dua macam barang yaitu:

1) Barang tidak tahan lama. Barang tidak tahan lama adalah barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali

[14] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran,* (Yogyakarta: Andi, 2002)

pemakaian. Dengan kata lain umur ekonomisnya dalam kondisi pemakaian normal kurang dari satu tahun.

2) Barang tahan lama. Barang tahan lama merupakan barang berwujud yang biasanya bertahan lama dengan banyak pemakaian (umur ekonomisnya untuk pemakaian normal adalah satu tahun atau lebih).

b. Jasa

Jasa merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang di tawarkan untuk dijual.

Berdasarkan daya tahan antara lain:

a) Barang tidak tahan lama

Yaitu barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian. Dengan kata lain, umur ekonomisnya dalam kondisi pemakaian mormal kurang dari satu tahun. Contohnya : sabun, pasta gigi, minuman kaleng, dan sebagainya.

b) Barang tahan lama

Barang tahan lama merupakan barang berwujud yang biasanya bisa bertahan lama dengan banyak pemakaian (umur ekonomisnya untuk pemakaian normal adalah satu tahun lebih. Contohnya: lemari es, mesin cuci, pakaian yang lain-lainya.

Lima hal yang ada pada produk yaitu:

1. Manfaat dasar dari suatu produk yang ditawarkan kepada konsumen
2. Bentuk dasar dari suatu produk yang dapat dirasakan oleh panca indra.
3. Serangkaian atribut-atribut produk dan kondisi-kondisi yang diharapkan pembeli pada saat membeli produk.
4. Sesuatu yang membedakan antara produk yang tawarkan oleh badan usaha dengan produk yang ditawarkan oleh pesaing.
5. Semua argumentasi dan perubahan bentuk yang dialami oleh suatu produk dimasa yang akan datang

Dalam merencana penawaran suatu produk, pemasar perlu memahami lima tingkatan produk yaitu[15] :

1. Produk utama atau inti yaitu manfaat yang sebenarnya dibutuhkan dan akan dikonsumsi pelanggan setiap produk
2. Produk generic produk dasar yang memenuhi fungsi produk paling dasar atau rancangan produk minimal dapat berfungsi.
3. Produk harapan yaitu produk formal yang ditawarkan dengan berbagai atribut dan kondisinya secara normal diharapkan dan disepakati untuk di beli.
4. Produk pelengkap yaitu berbagai atribut produk yang dilengkapi atau ditambahi berbagai manfaat dan layanan sehingga dapat

[15]https://id.m.wikipedia.org/wiki/produksi

menentukan tambahan kepuasan dan dapat dibedakan dengan produk asing.

5. Produk potensial yaitu segala macam tambahan dan perubahan yang mungkin dikembangkan untuk suatu produk di masa yang akan datang.

5. Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong kualitas produk adalah : Kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya.[16] Salah satu nilai utama yang diharapkan oleh pelanggan dari produsen adalah kualitas produk dan jasa yang tertinggi.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas produk, antara lain:

a. Proses pembuatan produk dan perlengkapan serta pengaturan yang digunakan dalam proses produksi.
b. Aspek penjualan

Apabila kualitas dari barang yang dihasilkan dari barang yang terlalu tinggi membuat harga jual semakin mahal sehingga jumlah yang terjual semakin rendah karena kemampuan beli terbatas. Sedangkan apabila kualitas

[16]Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran",* (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2012), cet. 12 hlm 283

dari barang yang dihasilkan dari barang yang terlalu rendah akan dapat menyebabkan berkurangnya penjualan.

c. Perubahan permintaan konsumen.

Konsumen atau pemakai sering menginginkan adanya perubahan-perubahan barang yang dipakainya baik berupa kuantitas maupun kualitas.

d. Peranan inspeksi

Selain dapat mengawasi atau menjadi kualitas standar yang telah ditetapkan juga berusaha untuk memperkecil biaya produksi.

Menurut Kotler, kualitas produk dapat dimasukan kedalam 9 dimensi yaitu:[17]

1. Bentuk *(form*)

   produk dapat dibedakan sejcara jelas dengan yang lainnya berdasarkan bentuk, ukuran, atau struktur fisik produk.

2. Ciri-ciri produk *(Features*)

   Karakteristik sekunder atau pelengkap yang berguna untuk menambah fungsi dasar yang berkaitan dengan pilihan-pilihan produk dan pengembangannya.

3. Kinerja (*Performance)*

   Berkaitan dengan aspek fungsional suatu barang dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli barang tersebut.

4. ketepatan/kesesuaian *(Conformance*)

[17]Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran",* (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2012), cet. 12

Berkaitan dengan tingkat kesesuaian dengan spesifikasi yang ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan. Kesesuaian merefleksikan derajat ketepatan antara karakteristik desain produk dengan karakteristik kualitas standar yang telah ditetapkan.

5. Ketahanan (*durabillity)*

   Berkaitan dengan berapa lama suatu produk dapat digunakan.

6. Kehandalan *(reliabillity*)

   Berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsinya setiap kali digunakan dalam periode waktu tertentu dan dalam kondisi tertentu pula.

7. Kemudahan perbaikan (*repairabillity*)

   Berkaitan dengan kemudahan perbaikan atas produk jika rusak. Idealnya produk akan mudah diperbaiki sendiri oleh pengguna jika rusak.

8. gaya *(Style*)

   Penampilan produk dan kesan konsumen terhadap produk.

9. desain *(design)*

   Keseluruhan keistimewaan produk yang akan mempengaruhi penampilan dan fungsi produk terhadap keinginan konsumen.

6. Produk dalam pandangan Islam

Jika ditinjau dalam perspektif Islam, Islam memiliki batasan tertentu yang lebih spesifik mengenai defenisi produk. Menurut Al- Muslih ada tiga hal yang perlu dipenuhi dalam menawarkan sebuah produk.[18]

a. Jujur dan transparan

Konsep pertama dalam hal produk Rasulullah Saw. Selalu menjelaskan dengan baik kepada semua pembelinya akan kekurangan dan kelebihan produk yang beliau jual. Dengan selalu jujur kepada konsumen mengenai baik dan buruk atau kekurangan dan kelebihan suatu produkakan membuat konsumen percaya dan merasa tidak dibohongi atas ucapan pedagang. Diriwayatkan dari ibnu majah dan Ibnu Hanbal, Rasulullah Saw, pernah berkata "*Tidak halal bagi seseorang menjual sesuatu kecuali dia menerangkan (cacat) yang ada padanya".*[19]

Dari uraian di atas jelas mengatakan bahwa produk yang ditawarkan pada calon pembeli haruslah yang berkualitas sesuai dengan yang ditawarkan.

b. Kejelasan barang

Produk yang ditawarkan memiliki kejelasan barang, ukuran dan komposisi.Islam melarang jual beli suatu barang yang belum jelas (*gharar)* karena berpotensi terjadinya penipuandan ketidak adilan terhadap salah satu

[18] Veithzal Rivai, Dkk, *Islamic Business And Economic Ethics,* (Jakarta: Bumi Aksara,2012), cet. 1, Hlm. 381

[19]Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis E-commerce Perspektif Islam*, (Yogyakarta: Magistra Insania Press, 2004), cet 1, Hlm. 89

pihak. Karena itu, rasulullah mengharamkan jual beli yang tidak jelas produknya. Dalam hadist lain, dari Abu Hurairahberkata dia, "*Rasulullah melarang jual beli dengan ukuran melempar batu dan jual beli tipu*" (HR. Muslim). Gharar ada empat macam, yaitu gharar dalam hal kuantitas, gharar dalam kualitas, gharar dalam hal harga, dan gharar dalam hal waktu. Pedagang juga tidak dibolehkan melakukan pencampuaran antara barang yang berkualitas baik dengan yang tidak baik.

c. Kualitas barang

Kualitas merupakan seberapa baik sebuah produk sesuai dengan kebutuhan spesifik dari konsumen. Islam mengajarkan untuk memperhatikan kualitas dari suatu produk. Produk yang di perjual-belikan dengan menggunakan kualitas barang yang baik, dan tidak rusak/kadaluwarsa. Persyaratan mutlak yang juga harus ada dalam sebuah produk adalah harus memenuhi kriteria halal. Allah Swt berfirman:

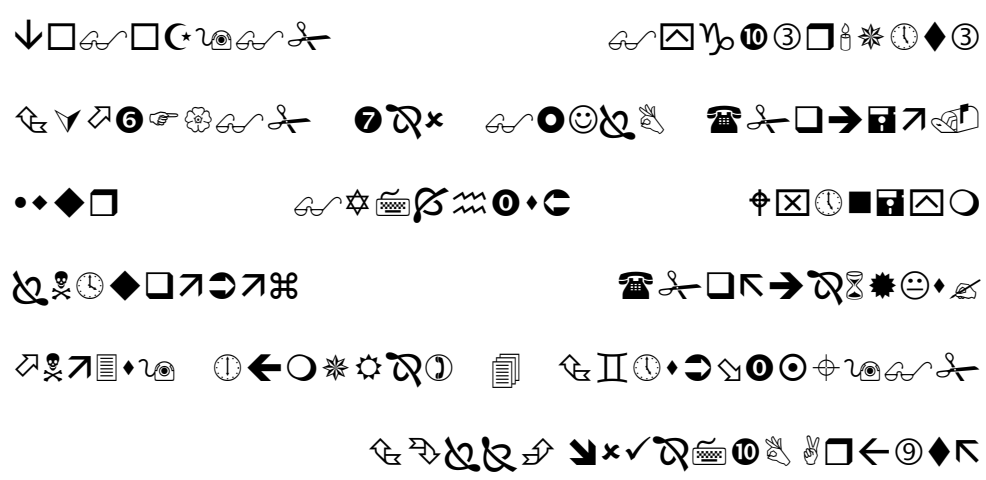


Artinya: *" Makanlah oleh mu makanan yang baik-baik (halal)dan kerjakan amal shalih*" (Qs. Al-Mu'minuun: 51)

Ada lima prinsip konsumsi dalam Islam sebagaimana yang dikemukakan M. Abdul Mannan sebagai berikut:[20]

a. Prinsip Keadilan

Prinsip ini mengandung arti yang mendasar sekali yang maksudnya, dalam mencari rezeki seseorang harus dengan cara yang halal dan tidak dilarang hukum, sebagaimana di tegaskan dalam al-Quran:



Artinya:*" Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat dari dalam bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan, karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu"* (QS. Al-Baqarah:168)

[20] M Abdul Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: PT Dana Bhakti Wakaf) hlm. 45-48

Kata “halal” dimaksudkan bahwa cara perolehannya harus sah secara hukum, memperhatikan prisip keadilan, dalam arti tidak menipu dan merampas hak orang lain.

b. Prinsip Kebersihan

Kata “bersih” disini dimaksudkan dalam dalam arti lahir (fisik). Factor kebersihan memang sangat diutamakan dalam ajaran Islam. Oleh karena itu arahan al-qur’an dan Sunnah yang berkaitan dengan makanan, hendaknya makanan itu harus yang baik dan layak untuk dimakan, tidak kotor ataupun menjijikan hingga merusak selera. Bagi kalangan pelaku bisnis memperhatikan kebersihan barang yang diproduksi adalah merupakan sebuah kewajiban. Bersih dalam arti dari dzat yang dilarang dikonsumsi secara hukum, sekaligus juga bersih dalam arti fisik zatnya sehingga layak aman dan layak untuk dikonsumsi oleh konsumen secara medis.

c. Prinsip Kesederhanaan

Israf yang berarti berlebihan, merupakan simbol keserakahan dalam segala hal di dunia ini. Berlebihan dalam hal makanan, berarti seseorang dikendalikan oleh nafsu perut. Apabila berkelanjutan, nafsu itu akan merambah pada nafsu ingin berkuasa, karena dengan berkuasa seseorang akan berlimpah fasilitas. Jika nafsu itu menguasai pelaku bisnis (produsen), bukanlah mustahil ia akan memperlakukan konsumen hanya

untuk mengeruk keuntungan diri sendiri. Disinilah relevansi perlunya seseorang melarang seseorang berlebihan dalam hal makan dan minuman.

d. Prinsip kemurahan hati

Dengan mentaati perintah Islam, maka tidak akan ada bahaya maupun dosa dalam mengkonsumsi makan dan minuman halal yang dikaruniakan Tuhan karena kemurahan-Nya. Maka pada hakikatnya semua rezki yang dikonsumsi adalah anugerah Allah. Namun dalam hal khusus bagi seorang pelaku bisnis, kemurahan hati itu bisa diwujudkan dalam bentuk melindungi konsumen dari segala modus kecurangan, seperti harga yang pantas, kualitas barang yang wajar, takaran yang jujur dan lain-lain sebagainya.

e. Prinsip moralitas

Berakhlak dalam Islam tidak hanya dialamatkan kepada sesama manusia, tetapi juga kepada diri sendiri, lingkungan (alam) sekitar, dan bahkan terhadap Tuhan sekalipun. Bagi pelaku bisnis yang berpegang teguh pada prinsip moralitas merupakan pra kondisi ketaatan mereka pada hukum yang berlaku, baik hukum yang bersumber dari akal manusia maupun yang bersumber dari ajaran wahyu. Sebagai konsekuensinya, mereka akan selalu melindungi segala hak konsumen sebagai bagian dari ajaran hukum apapun secara universal.

Terdapat beberapa persamaan dalam upaya perlindungan konsumen berdasarkan hukum Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen,[21] yaitu

1) Dalam hukum Islam maupun dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999, masalah hak, baik hak konsumen maupun produsen, sangat diperhatikan. Keduanya menyatakan bahwa penggunaan hak secara sewenang-wenang tidak dibenarkan, hal ini karena kecendrungan penggunaan hak secara semena-mena dapat membahayakan dan merugikan pihak lain.
2) Pasal 4 angka 2 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999, menyakan bahwa konsumen memiliki hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut dengan nilai tukar dan kondisi dengan sebutan khiyar, yaitu perbuatan memilih antara dua hal yang lebih baik, yaitu antara melangsungkan akad jual beli atau membatalkannya, khiyar bertujuan untuk memelihara keadaan saling rela dan menjaga maslahat kedua belah pihak yang bertekad, dapat juga dikatakan bahwa khiyar bertujuan untuk mencegah bahaya kerugian yang dapat menimpa salah satu pihak yang sedang bertransaksi.
3) Dalam hukum Islam, seseorang harus berkata jujur tentang barang dagangannya, agar terdapat kemaslahatan antara pedagang dan pembeli, dan tidak terjadi kerugian diakibatkan oleh perkataan yang tidak jujur berkaitan dengan barang dagangan tersebut. Hal ini dinyatakan dalam sebuah hadits

[21] Abdul Kadir," *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Produk Makanan Menurut Hukum Islam dan Undang-Undang No.8 tahun 1999"* Jurnal Hukum Islam Fakultas Syari'ah UIN Malang

riwayat Ahmad yang artinya : "Tidak halal bagi seseorang yang menjual suatu barang, kecuali apabila ia menjelaskan kualifikasi barang tersebut, dan tidak halal bagi orang yang mengetahui hal tersebut kecuali apabila ia terangkan hakikinya".

4) Pasal 8 huruf h Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan halal yang dicantumkan dalam label. Hal ini merupakan jaminan bagi konsumen muslim bahwa Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 membela kepentingannya. Hal senada dengan ketentuan berproduksi yang dihasilkan harus berupa produk halal dan mempunyai sistem jaminan halal dan bersertifikat halal.

5) Kondisi keamanan produk dan lingkungan di Indonesia masih sangat memprihatinkan karena masih banyak keluhan dari masyarakat terhadap berbagai pelanggaran. Dalam teori tanggung jawab kejahatan berdasarkan hukum Islam, kejahatan dan pelanggaran yang terjadi atas hak-hak manusia tidak dapat digugurkan dengan alasan perbuatan tidak sengaja. Hukum Islam menganut asas keharusan adanya sikap hati-hati terhadap pelanggaran harta, jiwa dan kehormatan manusia. Dengan demikian, kerugian, bahaya materiil atau jiwa yang menimpa konsumsi sebagai akibat buruk dari produk pelaku usaha harus ditanggung oleh pelaku usaha dengan prinsip ganti rugi (dhamman) yang terdapat dalam hukum Islam.. Undang-Undang Nomor 8

Tahun 1999 telah mengatur tentang sanksi administratif dan pertangung jawaban pelaku usaha dalam pasal 60 sampai pasal 63. Dalam pasal 60 pelaku usaha dikenakan sanksi administratif, dan pasal 61, 62, 63 menjelaskan tentang sanksi pidana yang dapat dikenakan kepada pelaku usaha.

6) Jika terjadi perselisihan antara konsumen dan pelaku usaha, dalam Islam dapat diselesaikan dengan jalan perdamaian (shulhu), jika tidak terselesaikan dengan cara damai maka dapat melalui peradilan (qadha). Jika kedua belah pihak tidak bersedia dapat mengupayakan penyelesaian persoalannya didepan pengadilan. Dalam upaya penyelesaian sengketa antara konsumen dan pelaku usaha, telah diaturnya dalam pasal 45 sampai pasal 48.

Dalam hukum Ekonomi Islam, dikenal istilah jawatan al-hisbah, yaitu sebuah jawatan pengawas dan penegak hukum yang bertugas untuk mengawasi dan mengontrol hak publik secara langsung. Kewenangan al-hisbah bersifat penegakan hukum tanpa perlu adanya suatu tuntutan atau gugatan suatu pihak. Dalam Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999, jawatan al-hisbah dapat dipersamakan dengan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Berkaitan dengan BPSK dijelaskan dalam pasal 49 sampai pasal 58 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999.

Perlindungan atas Konsumen merupakan hal yang sangat penting dalam hukum Islam. Islam melihat sebuah perlindungan konsumen bukan sebagai

hubungan keperdataan semata melainkan menyangkut kepentingan publik secara luas, bahkan menyangkut hubungan antara manusia dengan Allah SWT. Dalam konsep hukum Islam perlindungan atas tubuh berkait dengan hubungan vertikal (Manusia dengan Allah) dan horizontal (Sesama manusia).[22]

B. Perilaku Produsen

1. Pengertian Produsen (Pelaku Usaha)

Produsen dalam ekonomi adalah orang yang menghasilkan barang dan jasa untuk di jual atau di pasarkan. Produsen merupakan seorang atau sekelompok orang maupun badan usaha membuat suatu usaha yang menghasilkan output dalam bentuk barang maupun jasa sehingga produsen juga di sebut dengan pelaku usaha. Pembangunan ekonomi sangat ditentukan oleh keberhasilan dibidang sector riil. Untuk mencapai keberhasilan di sektor riil, diperlukan pemberdayaan

[22] M Abdul Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: PT Dana Bhakti Wakaf),hal 62

usaha ekonomi yang melibatkan pelaku usaha.[23] Menurut undang-undang perlindungan konsumen, pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama sama melalui perjanjian melakukan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.[24] Tercapainya kesepakatan diantara masing-masing pihak dalam penyusunan kontrak (transaksi bisnis) adalah berlakunya hak dan kewajiban.[25]

2. Hak Dan Kewajiban Produsen/Pelaku Usaha

Dalam hukum perlindungan konsumen, pelaku usaha sebagai salah satu pihak yang terlibat dalam transaksi memiliki hak sebagai berikut:

1. hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
2. hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
3. hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;

---

[23] Burhanuddin, *PemikiranHukum Perlindungan konsumen dan Sertifikasi Halal* (Malang:UIN-Maliki Press,2011) hlm.10

[24] Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 1 angka 3

[25] Burhanuddin S., *Hukum Kontrak Syariah* (Yogyakarta: BPFE UGM, 2009), hlm. 51

4. hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
5. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perUndang-Undangan lainnya.[26]

Hak dan kewajiban dalam kontrak (bisnis) merupakan dua sisi yang bersifat saling timbal balik. Artinya, hak salah satu pihak menjadi salah satu kewajiban bagi pihak lain, dan begitu pula sebaliknya. Karena itu disamping hak, pelaku usaha memiliki kewajiban sebagai berikut:

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;

[26]Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 6

5. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
6. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
7. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.[27]

3. Perbuatan Yang Dilarang Bagi Produsen/Pelaku Usaha

Konsumen di Indonesia ini telah dihadapi permasalahan yang cukup rumit, karena tidak hanya sekedar bagaimana mengkonsumsi barang yang halal akan tetapi jauh lebih kompleks dari itu yaitu menyangkut pada kesadaran semua pihak, baik itu pelaku usaha, pemerintah maupun konsumen sendiri tentang pentingnya perlindungan konsumen. Pelaku usaha sangat menyadari bahwa mereka harus menghargai hak-hak konsumen yakni dengan cara memproduksi barang dan/atau jasa yang berkualitas, aman dan telah berstandar yang berlaku. Pada undang-undang Perlindungan Konsumen terdapat perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha, yaitu:[28]

[27]Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 7

[28]Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 8, Bab IV

1. Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:
    a. Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan Perundang-undangan;
    b. Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto,dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
    c. Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
    d. Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
    e. Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
    f. Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
    g. Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
    h. Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal,sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label;

i. Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat;

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

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

Keuntungan maksimal telah menjadi sebuah insentif yang teramat kuat bagi produsen untuk melaksanakan produksi. Akibatnya motivasi untuk mencari keuntungan maksimal seringkali menyebabkan produsen mengabaikan etika dan tanggung jawab sosialnya, meskipun mungkin tidak melakukan pelanggaran hukum formal, misalnya dalam rangka menekan biaya dalam pengolahan

limbahnya, suatu pabrik membuang sisa hasil produksinya (limbah) ke sungai sehingga menimbulkan pencemaran bagi warga sekitar. Dalam pandangan ekonomi Islam, motivasi produsen semestinya sejalan dengan tujuan produksi dan kehidupan produsen itu sendiri. Produsen dalam pandangan ekonomi Islam adalah *mashlahah maximize,* mencari keuntungan melalui produksi dan kegiatan bisnis lain tidak dilarang sepanjang berada dalam bingkai tujuan dan hukum Islam.[29]

4. Perilaku Produsen Islam

Sebagaimana terdapat perbedaan yang mendasar dari perilaku seorang konsumen muslim dan non muslim, maka terdapat pula perbedaan yang mendasar dari perilaku seorang produsen muslim dan non muslim. Dalam setiap perilakunya produsen muslim harus berpedomak kepada Al-Qur'an dan Sunnah Rasul. Kedua sumber inilah yang membedakan perilaku produsen muslim dan non muslim.

Menurut Qardhawi dikatakan bahwa: "Akhlak merupakan hal yang utama dalam produksi yang wajib diperhatikan kaum muslimin, baik secara individu maupun secara bersama-sama, yaitu bekerja pada bidang yang dihalalkan oleh Allah swt, dan tidak melampaui apa yang diharamkannya". Seorang produsen muslim harus berbeda dengan produsen non muslim yang tidak memperdulikan batas-batas halal dan haram, mementingkan keuntungan yang maksimum semata,

[29] M. Nur Rianto Al Arif & Euis Amalia, *Teori Mikro Ekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional* (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2010) hlm. 158

tidak melihat apakah produk mereka memberikan keuntungan atau tidak, baik ataukah buruk, sesuai dengan nilai dan akhlak ataukah tidak.

Akan tetapi seorang muslim harus memproduksi yang halal dan tidak merugikan diri sendiri maupun masyarakat banyak. Sangat diharamkan memproduksi segala sesuatu yang merusak kaidah dan akhlak serta segala sesuatu yang menghilangkan identitas umat. Dari penjelasan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa norma dan etika seorang produsen muslim adalah:

1. Norma produsen muslim
    a. Menghindari sifat tamak dan rakus
    b. Tidak melampaui batas serta tidak berbuat zhalim
    c. Harus memperhatikan apakah produk itu memberikan manfaat atau tidak, baik ataukah buruk, sesuai dengan nilai dan akhlak ataukah tidak, sesuai dengan norma dan etika ataukah tidak.
    d. Seorang muslim harus memproduksi yang halal dan tidak merugikan diri sendiri maupun masyarakat banyak, tetap dalam norma dan etika serta akhlak yang mulia.
2. Etika produsen muslim
    a. Memperhatikan halal dan haram
    b. tidak memntingkan keuntungan semata.
    c. haram memproduksi segala sesuatu yang merusak akidah dan akhlak.

5. Sifat Yang Harus Dimiliki Pelaku Usaha

Ada empat hal yang menjadi kunci sukses dalam mengelola suatu usaha agar mendapat celupan nilai-nilai moral yang tinggi.

a. *Shiddik* (benar dan jujur)

b. *Amanah* (terpercaya, kredibel)

c. *Fathanah* (cerdas)

d. *Thabligh* (komunikatif)

Keempat sifat ini merupakan sifat-sifat Nabi Muhammad saw. Yang sudah sangat dikenal dikalangan ulama, tapi masih jarang diimplementasikan khususnya dalam dunia bisnis.

Yang pertama Shiddik. Shiddik adalah sifat Nabi Muhammad Saw., artinya "benar dan jujur". Jika seorang produsen, ia senantiasa berperilaku benar dan jujur dalam sepanjang melakukan produksi. Benar dalam mengambil keputusan-keputusan dalam perusahaan yang bersifat strategis, menyangkut visi/misi, dalam menyusun objektif dan sasaran serta evektif dan efisien dalam implementasi dan operasionalnya dilapangan. Sebagai produsen perusahaan, ia selalu jujur, baik kepada nasabah, pesaing, maupun kepada karyawan sendiri, sehingga bisnis ini benar-benar berjalan dengan prinsip-prinsip kebenaran dan kejujuran.

Shiddiq (benar dan jujur) haruslah menjiwai seluruh perilakunya dalam melakukan pemasaran, dalam berhubungan dengan pelanggan, dalam bertransaksi

dengan nasabah, dan dalam membuat perjanjian dengan mitra bisnisnya. Ia senantiasa mengedepankan kebenaran informasi yang diberikan dan jujur dalam menjelaskan keunggulan produk-produk yang dimiliki. Sekiranya dalam produk yang dipasarkan terdapat kelemahan atau cacat, maka ia menyampaikan secara jujur kelemahan atau cacat dalam produknnya kepada calon pembeli. Inilah bisnis syari'ah yang diwarnai oleh sifat *shiddiq* nya Nabi Muhammad Saw., sebagaimana beliau juga mencontohkan hal yang sama ketika melakukan perdagangan.

Selain itu dalam sebuah hadis Rasulullah Saw berkat, "Hendaklah kalian jujur (benar) karena kejujuran mengantarkan kepada kebaikan. Dan kebaikan akan mengantarkan kedalam surga. Seseorang yang selalu berusaha untuk jujur akan dicatat oleh Allah sebagai orang jujur. Dan jauhilah skalian oleh kamu sekalian dusta (kidzib), karena dusta itu akan mengantarkan kepada kejahatan. Dan kejahatan akan mengantarkan kedalam neraka seseorang yang selalu berdusta akan dicatat oleh Allah sebagai pendusta" (HR Al-Bukhari).

Yang kedua Amanah artinya adapat "dipercaya ", bertanggung jawab dan kredibel, dan amanah bisa juga bermakna keinginan untuk memenuhi sesuatu sesuai dengan ketentuan. Diantara nilai-nilai yang terkait dengan kejujuran dan melengkapinya adalah amanah. Ia juga merupakan salah satu moral keimanan. Seorang pebisnis haruslah memiliki sifat amanah karena allah menyebutkan sifat orang-orang mukmin yang beruntung adalah yang dapat memelihara amanat yang diberikan kepadanya. Allah SWT. Berfirman ,

Artinya*: "dan orang –orang yang memelihara amanat-amanat dan janji-janjinya "* (QS Al–Mu'Minuun :8).

sifat amanah ini akan membentuk kredibilitas yang tinggi dan sikap penuh tanggung jawab pada setiap individu muslim. Kumpulan individu dengan kredibilitas yang tinggi akan melahirkan masyarakat yang kuat, karena dilandasi oleh saling percaya antara anggotanya. Sifat amanah memainkan peranan yang fundamental dalam ekonomi dan bisnis, karena tanpa kredibilitas dan tanggung jawab ,kehidupan ekonomi dan bisnis akan hancur.

Selanjutnya *Fathanah* dapat diartikan sebagai intelektual, 'kecerdikan atau kebijaksanaan. Produsen perusahaan yang *fathanah* artinya produsen yang memahami, mengerti dan menghayati secara mendalam segala hal yang menjadi tugas dan kewajibannya.

Dalam bisnis, implikasi ekonomi sifat fathanah adalah bahwa segala aktivitas dalam manajemen suatu perusahaan harus dengan kecerdasan, dengan mengoptimalkan semua potensi akal yang ada untuk mencapai tujuan. Memiliki sifat jujur, benar, dan bertangguang jawab tidak cukup dalam mengelola bisnis secara profesional. Para pelaku bisnis syariah juga harus memiliki sifat fathanah , yaitu sifat cerdas, cerdik, dan bijaksana agar usahanya labih efektif dan efisien

serta mampu mengalisis situasi persaingan dan perubahan-perubahan di masa yang akan datang.

Sifat tabliq artinya komunitatif dan argumentatif. Orang yang memiliki sifat tabliqh akan menyampaikan dengan benar (berbobot) dan dengan tutur kata yang tepat (bi Al-hikmah) jika merupakan seorang pemimpin dalam dunia bisnis ia haruslah menjadi seseorang yang mampu mengkomunikasikan visi dan misi nya dengan benar kepada karyawan dan stakeholder lainya .

Jika seorang pemasar, ia harus menyampaikan keunggulan-keunggulan produknya dengan jujur dan tidak harus berbohong dan tidak menipu pelanggan. Dia harus menjadi komunikator yang baik dan bias berbicara benar dan bi Al-hikmah (bijaksana dan tepat sasaran) kepada mitra bisnisnya. Kalimat-kalimat yang keluar dari ucapannya "terasa berat'' dan berbobot. Al-Qur'an menyebutnya dengan istilah qaulan sadidun (pembicaraan yang benar dan berbobot). Allah berfirman:

Artinya: *"Hai orang-orang yang beriman ,bertaqwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar (qaulan sadidun) ,niscaya allah akan memeperbaiki bagimu amal-amal mu-dosamu. Dan barang siapa menaati Allah dan Rasul-Nya, maka sesungguhnya ia telah mendapatkan kemenangan yang besar"(Qs Al-ahzab :70-71).*

Alangkah mulianya jika dalam mengelola bisnis kita memiliki pemimpin, karyawan, atau pemasar yang bisa di percayaan karena kesalehan dan kejujurannya yang di cintai karna kepribadian dan kecerdasannya, sehingga bisa menjadi panutan bagi siapa saja yang berinteraksi denganya. Kata-katanya selalu menjadi rujukan dan di dengarkan karna mengundang kebenaran dan memiliki makna yang dalam. Antisipasinya jauh kedepan menjangkau masa yang akan dilalui suatu bisnis.[30]

C. Label

1. Undang-Undang Tentang Label

Label merupakan suatu bagian dari sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau penjualnya.[31]Sebuah label biasa merupakan bagian dari kemasan, atau bisa pula merupakan etiket (tanda pengenal) yang dicantelkan pada produk. Sedangkan Kotler menyatakan bahwa label adalah tampilan sederhana pada produk atau gambar yang dirancang dengan rumit yang merupakan satu kesatuan dengan kemasan. Label bisa hanya mencantumkan merek atau informasi.[32]

---

[30]Yusuf Qardawi"*Norma dan Etika Ekonomi Islam*", (Depok: Gema Insani, 2006).

[31]Angipora, Marinus, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada,2002), h. 192

[32]Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*,(Jakarta: Prenhallindo, 2000) Edisi 2, h. 477

Ketentuan hukum mengenai pelabelan tersebar dalam berbagai peraturanperundang-undangan, diantaranya Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, UU No. 7 Tahun 1996 tentang Pangan, PP No. 69 Tahun1999 tentang Label dan Iklan Pangan, Permendag No.22/M-DAG/PER/5/2010 tentang Kewajiban Pencantuman Label pada Barang, UU No. 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan dan banyak lainnya.

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen sebagai undang-undang payung tidak mengatur secara spesifik mengenai pelabelan khususnya produk pangan. Pengaturan secara lebih spesifiknya ada dalam Peraturan Pemerintah No. 69 Tahun 1999.

Pada PP No. 69 Tahun 1999 menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan label pangan adalah: setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan ke dalam, ditempelkan pada atau merupakan bagian kemasan pangan.[33] Lebih lanjut di dalam pasal 2 PP No. 69 Tahun 1999 ditentukan bahwa :

1. Setiap orang yang memproduksi atau memasukkan pangan yang dikemas kedalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan wajib mencantumkan label pada, di dalam, dan atau di kemasan pangan.
2. Pencantuman Label sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan sedemikian rupa sehingga tidak mudah lepas dari kemasannya, tidak mudah

[33]PP No. 69 Tahun1999 Tentang Label Iklan dan Pangan, Pasal 1 Nomor 3

luntur atau rusak, serta terletak pada bagian kemasan pangan yang mudah untuk dilihat dan dibaca.

Kemudian didalam pasal 3 dari PP No. 69 Tahun 1999 tersebut ditentukan bahwa :

a. Label sebagaimana dimaksud pada Pasal 2 ayat (1) berisikan keterangan mengenai pangan yang bersangkutan.
b. Keterangan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) sekurang-kurangnya:
    i. nama produk;
    ii. daftar bahan yang digunakan;
    iii. berat bersih atau isi bersih;
c. nama dan alamat pihak yang memproduksi atau memasukkan pangan kedalam wilayah Indonesia.
d. tanggal, bulan, dan tahun kadaluwarsa.

Tujuan pelabelan pada kemasan adalah :

a) memberi informasi tentang isi produk yang diberi label tanpa harus membukakemasan
b) sebagai sarana komunikasi antara produsen dan konsumen tentang hal-hal dari produk yang perlu diketahui oleh konsumen, terutama yang kasat mata atau yang tidak diketahui secara fisik
c) memberi peunjuk yang tepat pada konsumen hingga diperoleh fungsi produk yang optimum
d) sarana periklanan bagi konsumen

e) memberi rasa aman bagi konsumen.

Pencantuman label banyak dipengaruhi oleh[34]:

a) pencantuman harga per unit: yaitu mencantumkan harga perukuran standar.

b) Masa kadaluarsa: yaitu menyatakan akhir masa berlakunya produk.

2. Label Halal

Halal berasal dari bahasa Arab yang mempenyai arti sesuai dengan syariat atau di ijinkan. Lawan kata halal adalah haram atau yang mempunyai arti tidak di syariatkan atau dilarang.

Penduduk Indonesia mayoritas beragama Islam.Penting baginya untuk memproduksi produk halal. Maka pemerintah harus cepat turun tangan menangani masalah halal haram pada produk-produk makanan.

Berdasarkan fatwa majelis ulama Indonesia Nomor 4 Tahun 2000 tentang Standarisasi Fatwa Halal menegaskan bahwa "Tidak boleh mengkonsumsi dan menggunakan makanan atau minuman yang menimbulkan rasa atau aroma benda-benda atau binatang yang haram."[35] Hal ini lebih pada efek mencegah (preventiv) untuk menyukai sesuatu yang haram.

Sertifikat halal adalah fatwa tertulia MUI yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai syariat Islam. Sertifikat Halal ini mrupakan syarat untuk

[34]Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis* (Yogyakarta: GRAHA ILMU, 2008) hlm.83

[35] Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 4 Tahun 2003 tentang Standarisasi Fatwa Halal

mencantumkan label halal. Pemegang sertifikat halal MUI mempunyai tanggung jawab untuk memelihara kehalalan produk yang di produksinya, dan sertifikat ini tidak dapat di pindah tangankan. Sertifikat yang sudah berakhir masa berlakunya, termasuk fotocopinya tidak boleh digunakan atau dipasang untuk maksud-maksud tertentu.

Label Halal harus dicantumkan pada produk makanan oleh produsen untuk mengetahui apakah produk yang dihasilkan benar kehalalnnya atau keharamannya. Aturan umum yang sudah berlaku mengenai pencantuman label halal pada produk makanan haruslah melalui pemeriksaan dan sertifikasi halal terlebih dahulu oleh pihak yang berwenang agar diketahui kehalalan komposisi dan asal usul serta cara memproduksi makanan yang di produksinya.

Selain sertifikat halal, produsen juga menggunakan label halal. Labelisasi halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal. Usaha yang telah memperoleh sertifikat halal wajib mencantumkan label halal sebagaimana dimaksud harus mudah dilihat dan dibaca serta tidak mudah di hapus, dilepas dan rusak. [36]

[36] Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal pasal 37-39

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Ada beberapa hal yang perlu dijelaskan yang berkaitan dengan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini agar tidak timbul kerancuan di dalamnya sebagai berikut:

A. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research)* yaitu suatu penelitian yang berfungsi untuk memperoleh data langsung dari lapangan.Penelitian ini bersifat analisis kualitatif yaitu suatu penelitian yang bertujuan untuk menerangkan fenomena sosial atau peristiwa. Hal ini sesuai dengan pengertian penelitian kualitatif yaitu suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang dapat diamati.

B. Sumber data

Sumber data penelitian dalam penulisan ini adalah:

a) Sumber data primer ialah data yang diperoleh dari penelitian langsung melalui pengamatan serta menanyakan langsung kepada produsen, konsumen dan pihak-pihak yang terkait dengan perlindungan hukum terhadap produk makanan dalam kemasan yang tidak memuat label sesuai aturan.

b) Sumber data skunder ialah data yang diperoleh dari buku-buku literatur dan peraturan perundang-undangan yang berlaku serta pendapat para ahli.

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini di lakukan pada Kelurahan Manggis Ganting Kecamatan Mandiangin Koto Selayan Kota Bukittinggi. Menurut data dari dinas perindustrian dan perdagangan Sumatera Barat, terdapat 15 unit usaha sanjai yang terdapat di Kelurahan Manggis Ganting Kecamatan Mandiangin Koto Selayan Kota Bukittinggi yang kemudian oleh peneliti akan dijadikan objek penelitian.

D. Instrumen Penelitian

Penggunaan instrumen dalam penelitian yang tepat akan memperoleh data yang di inginkan dari responden. Pertanyaan wawancara adalah salah satu cara untuk bisa mendapatkan hasil yang nyata di lokasi penelitian.

Tabel. 3.1

Instrumen Penelitian

No	PERTANYAAN
1.	Apakah tujuan bapak/ibu mencantumkan informasi label makanan dalam kemasan produk?
2.	informasi apa saja yang bapak/ibu cantumkan pada kemasan makanan?

3.	Menurut bapak/ibu, apakah informasi label tentang nama makanan/produk penting dicantumkan dalam kemasan makanan?
4.	Menurut Bapak/ibu, apakah bahayanya apabila tanggal kadaluwarsa tidak dicantumkan pada label kemasan?
5.	Menurut bapak/ibu, apakah setiap produsen keripik harus mencantumkan informasi label daftar bahan makanan (komposisi) pada kemasan makanan?
6.	Apakah pencantuman label berpengaruh terhadap hasil penjualan produk bapak/ibu?
7.	Apakah ada yang pernah komplain dari konsumen mengenai produk yang bapak/ibu hasilkan ini?
8.	Bagaimana tanggung jawab bapak/ibu sebagai produsen, ketika ada konsumen yang komplain atau mengalami yang tidak diinginkan ketika mengkonsumsi hasil produk anda?

9.	Apakah dengan mencantumkan label ini Bapak/Ibuk mengacu pada Undang-Undang?

E. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi merupakan pengamatan langsung atau tidak langsung yang dilakukan penulis terhadap objek yang diteliti.Observasi dilakukan penulis untuk membuktikan bahwa kebenaran tentang adanya pengemasan makanan namun tidak disertai dengan pelabelan yang sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

b. Wawancara

Yaitu metode yang digunakan untuk memperoleh informasi secara langsung, lebih mendalam, lebih terstruktur dan individual. Wawancara yang dilakukan dengan subyek penelitian dilakukan dengan cara bebas dan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan terstruktur pada produsen makanan. metode penelitian ini juga merupakan metode yang dipergunakan untuk mengumpulkan data. Peneliti mendapat keterangan secara lisan maupun secara tulisan dari responden.[37]

c. Studi Pustaka

[37] Sanafiah Faisal ,*metode penelitian pendidikan,*(Surabaya:Usaha Nasional,1992)hal 107

Dilakukan dengan cara memperdalam berbagai literatur yang terkait dengan perlindungan konsumen seperti peraturan perundang undangan, arsip-arsip, laporan penelitian, buku, catatan dan teori-teori sebagai tambahan dalam penulisan skripsi ini.

F. Analisis Data

Data yang di peroleh dari hasil penelitian ini dianalisa dengan cara kualitatif, selanjutnya dilakukan proses pengolahan data. Setelah selesai pengolahan data baru di tarik kesimpulan.Baik data primer maupun data sekunder dilakukan analisis penelitian kualitatif yakni data yang sudah ada dikumpulkan, dipilah-pilah dan dilakukan pengolahan lebih mendalam. Sehingga dengan demikian diharapkan dapat menjawab segala permasalahan yang ada.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Kelurahan Manggis

1. Sejarah Kelurahan Manggis

Kelurahan Manggis merupakan salah satu kelurahan yang ada di kecamatan Mandiangin Koto Selayan yang terletak di Kota Bukittinggi. Kota Bukittinggi sendiri dulunya merupakan pasar bagi masyarakat agam tuo. Kemudian setelah kedatangan Belanda, kota ini menjadi kubu pertahanan mereka untuk melawan kaum Padri. Pada masa pemerintahan Hindia Belanda, kawasan ini selalu ditingkatkan perannya dalam ketata negaraan yang kemudian berkembang menjadi sebuah kota, dan juga berfungsi sebagai Ibu Kota.

Pada masa pendudukan Jepang, Bukittinggi dijadikan sebagai pusat pengendalian pemerintahan militernya untuk kawasan Sumatera, bahkan sampai ke Singapura dan Thailand. Setelah kemerdekaan Indonesia, Bukittinggi ditetapkan sebagai Ibu Kota Provinsi Sumatera, dengan gubernur Mr. Teuku Muhammad Hasan.

Bukittinggi dibagi menjadi 3 kecamatan yaitu Kecamatan Guguak Panjang, kecamatan Aur Birugo tigo Baleh dan Kecamatan Mandiangin Koto Selayan Kota Bukittinggi. Demi meningkatkan pelayanan masyarakat dan malaksanakan fungsi pemerintahan dalam rangka mempercepat terwujudnya

kesejahteraan masyarakat maka Kecamatan Mandiangin Koto Selayan dibagi menjadi 9 kelurahan salah satunya Kelurahan Manggis Gantiang. [38]

2. Visi dan Misi Kelurahan Manggis

a. Visi kelurahan Manggis

Terciptanya pelayanan prima yang ikhlas, amanah dan bertanggung jawab di bidang pemerintahan, perekonomian, pembangunan dan sosial kemasyarakatan dalam rangka mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan ikut mendukung visi dan misi Kota Bukittingggi.

b. Misi Kelurahan Manggis

1. Meningkatkan pemahaman, kualitas etos kerja dan produktifitas serta tanggung jawab aparatur terhadap Tupoksi.
2. Membina dan mengarahkan lembaga-lembaga kemasyarakatan sesuai dengan fungsi-fungsinya.

3. Letak Geografis Kelurahan Manggis

Kelurahan Manggis merupakan salah satu kelurahan yang ada di Kecamatan Mandiangin Koto Selayan kota Bukittinggi. Secara geografis Kelurahan Manggis berada pada ketinggian 909-941 meter di atas permukaan laut, dan memiliki hawa sejuk dengan suhu berkisar antara 16.1-24.9 ^{o}C. Sementara itu dari total luas wilayah Kecamatan Mandiangin Kota Selayan saat

[38] http://id.m.wikipedia.org

ini (12,156 km^2) Kelurahan Manggis memiliki luas 65,10 Ha dengan batas-batas wilayah sebagai berikut:

Sebelah utara :Berbatas dengan Kelurahan Campago Guguak bulek

Sebelah selatan : Berbatas dengan Keluraan Pulai Anak Air

Sebelah Barat : Berbatas dengan Kelurahan Campago Ipuh

Sebelah timur :Berbatas dengan Garegeh dan Kabupaten Agam

4. Jumlah Penduduk

Penduduk adalah populasi manusia yang menempati area atau wilayah tertentu. Jumlah penduduk Kelurahan Manggis pada tahun 2017 dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4.1

Jumlah Penduduk Kelurahan Manggis Dilihat Dari Jenis Kelamin

No	Golongan Umur	Jenis kelamin		Jumlah
		Laki-Laki	Perempuan	
1.	0-4 tahun	577	579	1156
2.	5-14 tahun	442	394	836
3.	15-24 tahun	208	232	440
4.	25-34 tahun	455	441	896
5.	35-44 tahun	349	309	658

6. 7. 8.	45-54 tahun 55-64 tahun 65-74+ tahun	239 183 42	238 174 70	477 364 112
	Jumlah	2495	2444	4939

Sumber: Data Kelurahan Manggis 2017

Dari tabel diatas diketahui bahwa total penduduk Kelurahan Manggis Gantiang adalah 4.939 jiwa dan jumlah penduduk selalu meningkat setiap tahunnya.

5. Aktivitas Perekonomian

Kelurahan manggis dalam bidang perekonomian dapat dikatakan relatif maju sebab didukung oleh beberapa faktor yang menunjang perkonomian masyarakat. Diantaranaya adalah faktor alam (Sumber daya alam), faktor manusia (sumber daya manusia) dan faktor lingkungan sosial masyarakat.

Dari ketiga faktor tersebut memberikan berbagai peluang yang memiliki potensi untuk dikembalikan sehingga memberikan keuntungan dari segi ekonomi. Pemanfaatan sumber daya alam harus sesuai dengan konsep pembangunan berwawasan lingkungan. Berikut berbagai potensi ekonomi di Kelurahan Manggis:

a. Sektor pertanian

Luas Kelurahan Manggis lebih kurang 65,10 Ha, dari kondisi topografi yang ada berpengaruh terhadap kehidupan social ekonomi masyarakat, dan ketersediaan lahan. Sebagian kecil dari masyarakat Kelurahan Manggis memilih berprofesi sebagai petani, mengelola area persawahan dan bercocok tanam.

b. Sektor perdagangan

Sektor perdagangan merupakan salah satu sektor yang dapat memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi di Kelurahan Manggis. Adapun kegiatan perdagangan yang dilakukan oleh masyarakat Kelurahan Manggis diantaranya adalah membuka warung harian, warung makan dan minuman, rumah makan dan industri.

c. Sektor jasa

Sektor jasa merupakan sektor yang memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat Kelurahan Manggis. Adapun sektor jasa yang dikembangkan oleh masyarakat Kelurahan Manggis diantaranya perumahan (penyewaan rumah) usaha fotocopy, usaha laundry, bengkel, depot air minum dan hotel.

B. Gambaran Umum Produsen Sanjai di Kelurahan Manggis Gantiang

Sebutan sanjai berasal dari nama sebuah jalan atau daerah dibagian utara kota Bukittinggi, jalan sanjai ini terletak di desa Manggis, Kelurahan Manggis Gantiang, Kota Bukittinggi. Munculnya sebutan sanjai ini tentu bukan tanpa alasan. Warga yang bermukiman sekitar jalan Sanjai ini memang rata-rata berprofesi sebagai pengrajin keripik singkong. Tidak hanya itu, daerah sanjai sendiri memang di percaya sebagai daerah asal muasal persebaran industri keripik singkong di Bukittinggi.

Menurut sejarahnya, warga sanjai yang pertama kali memproduksi jenis karupuak sanjai adalah Bukittinggi, usaha kerupuak di jalan sanjai ini di perkirakan mulai mincul sekitar tahun 1970. Awalnya hanya ada tiga orang pengrajin yang mulai berjualan keripik sanjai dan mereka berjualan secara turun temurun. Seiring dengan meningkatnya popularitas penganan ini sebagai oleh-oleh khas Bukittinggi, bermunculan pula produsen keripik singkong di daerah-daerah lain, bahkan hingga menyebar ke seantero ranah Minangkabau. Uniknya nama Sanjaipun akhirnya menjadi sebutan umum untuk jenis keripik singkong asal Bukittinggi ini.

Saat ini di Kelurahan Manggis Ganting hanya terdapat 15 buah Industri yang bergerak dibidang Sanjai. Diketahui, saat ini usaha tesebut sudah turun temurun hingga generasi ketiga atau keempat. Walaupun jumlahnya semakin menurun karena tidak mampu bertahan dengan persaingan terkini. Namun pengusaha Sanjai percaya dan masih memegang prinsip “beda tangan, beda

hasil". Setiap orang boleh saja mengembangkan produk Kerupuk Sanjai tanpa harus berasal dari Sanjai.

Pembuatan keripik singkong di Sanjai sebenarnya terbilang sederhana. Keripik berwarna kuning yang bercita rasa asin dibuat dengan merendam potongan kripik singkong dalam bumbu campur kunyit , bawang putih dan garam sebelum di goreng, adapun keripik singkong pedas dibumbui dengan saus gula yang dibuat dari saus cabai, bawang merah, bawang putih, dan gula pasir. Saus gula ini dioleskan pada permukaan kripik yang telah digoreng menggunakan kuas kemudian di keringkan. Jadi pembuatan karipik sanjai sudah lama dan produksinya ada di Kelurahan Manggis.

Sekarang ini Sanjai sudah dijual dalam bentuk kemasan. Pengemasan dilakukan dengan tujuan agar Sanjai bisa tahan lama dan bisa dibawa bepergian jauh. Selain melakukan penjualan dengan eceran, kebanyakan produsen juga menjual Sanjai secara grosiran kepada pedagang Sanjai. Penjualan Sanjai pun sekarang tidak hanya dilakukan di dalam kota saja, namun sudah menyebar luas sampai ke daerah luar seperti Padang, Pekanbaru bahkan Jakarta.

C. Deskriptif Responden

Instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara. Dari wawancara tersebut diperoleh mengenai gambaran umun karakteristik responden

sebanyak 15 orang, responden dalam penelitian ini adalah produsen di Kelurahan Manggis. Karakteristik responden pada penelitian ini antara lain yaitu umur, jenis kelamin, pendidikan terakhir. Gambaranya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2

Gambaran umum responden berdasarkan Umur

No	Keterangan Umur	Jumlah orang	Persentase
1.	25-30	2	13,3%
2.	35-40	4	26,7%
3.	46-50	6	40%
4.	51-55	3	20%
	Jumlah	15	100%

Sumber: Data Primer Yang di Olah (2017)

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas menunjukan bahwa responden yang berumur 25-30 tahun jumlahnya sebanyak 2 orang atau 13,3%. Responden yang berumur 35-40 tahun jumlahnya sebanyak 4 orang atau 26,7%. Selanjutnya responden yang berumur 46-50 tahun jumlahnya sebanyak 6 orang atau 40%. Sedangkan yang responden yang berumur 51-55 tahun sebanyak 2 orang atau 20%.

Tabel 4.3

Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Keterangan	Jumlah (Orang)	Persentase%
1.	Laki-laki	6	40%
2.	Perempuan	9	60%
	Jumlah	15	100%

Sumber: Data Primer Yang di Olah (2017)

Dari tabel di atas dapat diketahui dari jenis kelamin responden yang menjadi produsen Sanjai adalah laki-laki sebanyak 6 orang atau 40%, dan perempuan sebanyak 9 orang atau 60%. Dari penjelasan tabel di atas dapat dilihat bahwa sebagian besar yang menjadi pemilik industri Kerupuk Sanjai di kelurahan Manggis Ganting adalah perempuan.

Tabel 4.4

Gambaran Umum Responsen Berdasarkan Pendidikan

No	Keterangan	Jumlah (orang)	Persentase %
1.	SMP	3	20%
2.	SMA	8	53,3%
3.	D3	4	26,7%
	Jumlah	15	100%

Sumber: Data Primer Yang di Olah (2017)

Dari tabel di atas dilihat dari tingkat pendidikan terakhir responden yang menjadi produsen Sanjai adalah berpendidikan SMP sebanyak 3 orang atau 10%,

selanjutnya SMA sebanyak 8 orang atau 53,3%, dan D3 sebanyak 4 orang atau 26,7%. Dari tabel diatas terlihat bahwa sebagian besar yang menjadi produsen Sanjai di Kelurahan Manggis adalah pada tingkar SMA.

D. Hasil Penelitian

Hasil wawancara yang penulis lakukan dengan produsen Sanjai di Kelurahan Manggis sebanyak 15 orang mengemukakan berbagai argumen atau alasan sebagai berikut:

Berdasarkan wawancara untuk pertanyaan pertama penulis dengan produsen mengenai tujuan di cantumkannya label, produsen mengatakan tujuan di cantumkan label adalah untuk memberikan nilai tambah pada produk yang mereka hasilkan. Pencatuman label di lakukan agar orang konsumen mengenal produk yang mereka produksi sehingga mereka bisa mengenalkan produknya ke konsumen. Dengan pengetahuan konsumen tentang produk yang mereka konsumsi maka dengan tidak langsung produsen telah mempromosikan produknya tersebut dengan cara konsumen yang membeli memberi tahukan kepada orang lain, dan memberitahukan dimana alamat usahanya. Dengan adanya label pada bungkusan maka masyarakat akan mengenal dan mengetahui produk dan alamat dari industri sanjai tersebut, dan masyarakat mengetahui orang yang memiliki hak cipta dari sanjai dengan label tersebut.

Berdasarkan pertanyaan kedua penulis mengenai informasi yang di cantumkan pada kemasan, Menurut produsen yang harus dicantumkan pada bungkusan kerupuk sanjai adalah merek sanjai, tempat dari industri sanjai yang bisa didatangi oleh konsumen, kemudian nomor telepon yang bisa dihubungi oleh konsumen jika ada yang perlu atau yang memesan kerupuk sanjai tersebut. Merek sanjai merupakan nama yang di buat pada label sehingga konsumen dapat mengenali produknya. Nama yang dipilih hendaknya yang unik serta mudah diingat. Atau bisa juga diberi nama sesuai dengan nama pemiliknya. Misalnya Sanjai Mintuo atau sanjai Emi.

Pada label juga dituliskan alamat lengkap produsen. Dengan harapan jika ada konsumen yang pernah membeli sebuah produk mereka dan menyukainya, konsumen tersebut akan dengan mudah menemukan tempat produksi mereka. Penulisan nomor telepon juga tidak lupa di cantumkan pada label agar jika ada konsumen yang jauh dan hendak memesan produk, bisa langsunng menghubungi produsen.

Selanjutnya untuk pertanyaan ketiga mengenai apakah penting nama makanan di cantumkan, pendapat produsen label sangat penting untuk dicantumkan pada kemasan. Dengan adanya label hargapun juga lebih tinggi dari produk sejenis yang tidak berlabel karena produk yang diberi label biasanya memiliki *image* lebih tinggi dibandingkan yang tidak berlabel, dan memberikan kesan yang mewah atau istimewa terhadap makanan tersebut sehingga

konsumenpun ingin untuk mencoba membeli produk yang telah ditawarkan oleh produsen, dengan begitu penjualan suatu industri kerupuk sanjai akan semakin meningkat.

Pertanyaan keempat mengenai pencantuman label kadaluarsa, produsen mengatakan pencantuman label kadaluarsa pada bungkusan kerupuk sanjai tidaklah perlu karena produsen beranggapan bahwa kerupuk sanjai tidak baik untuk di konsumsi hanya ketika kerupuk sanjai tersebut layu dan juga berjamur, dan jika ada kerupuk sanjai didalam industrinya yang sudah layu atau berjamur maka produsen akan langsung membuang dan tidak diletakkan lagi pada toko tersebut karena kebanyakan dari penjual kerupuk sanjai memiliki produksi sendiri tanpa menjualkan milik orang lain.

Untuk pertanyaan kelima mengenai pencantuman komposisi makanan, produsen mengatakan pencantuman komposisi pada kerupuk sanjai tidaklah penting karena produsen beranggapan bahwa konsumen sudah mengetahui bahwa kerupuk sanjai selalu terbuat dari ubi, dan hal ini tidaklah sedikit konsumen yang mengetahui namun kebanyakan dari konsumen sudah mengetahui akan hal tersebut. Dan jika ada konsumen yang bertanya kepada pihak industri maka akan dijelaskan secara langsung. Kebiasaannya yang tidak mengetahui bahwa sanjai terbuat dari ubi adalah para turis yang sengaja berlibur kebukittinggi karena Bukittinggi adalah kota wisata jadi banyak para pendatang yang datang berlibur dan menghabiskan waktunya di Bukittinggi.

Selanjutnya berdasarkan pertanyaan keenam tentang pengaruh pencantuman label terhadap penjualan menemukan bahwa pencantuman label pada bungsusan kerupuk sanjai itu sangat berpengaruh pada penjualan, karena dengan adanya label maka *image* suatu industri akan naik dan jika konsumen ingin membeli kembali jadi mereka sudah mengetahui dimana tempat dari sanjai yang biasa dimakannya, jadi para konsumen pun bisa untuk berlangganan pada suatu industri kerupuk sanjai. Jika *image* suatu industri telah naik maka penjualan pun akan meningkat karena promosi mulut ke mulut itu biasanya lebih efektif.

Untuk pertanyaan ketujuh mengenai pernah tidaknya produsen mendapat komplen dari konsumen, jawabannya tidak. Dengan tidak dicantumkannya label yang lengkap seperti komposisi, tanggal kadaluwarsa, label halal, ataupun izin usaha oleh pelaku usaha tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli. Sejauh ini hampir tidak ada konsumen yang komplen mengenai label yang di buat oleh pelaku usaha. Sekalipun ada yang komplen, hal itu disebabkan konsumen merasa dirugikan karena Sanjai yang mereka beli sudah layu atau banyak yang pecah.

Pertanyaan selanjutnya mengenai tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen yang komplen atau merasa dirugikan, produsen mengatakan jika hal tersebut terjadi, biasanya produsen akan mengganti kerugian konsumen tersebut sesuai dengan kerugiannya. Misalnya kerugian karena produknya rusak, produsen akan mengganti kembali produk yang terlanjur dijualnya kepada konsumen

tersebut. Hal itu dilakukan jika konsumen membawa kembali bukti kerusakan atas barang yang di belinya selama itu memang berasal dari produsen.

Untuk pertanyaan terakhir mengenai undang-undang pelabelan, penulis memperoleh kesimpulan bahwa dalam pemberian label, sebagian besar produsen sudah tahu mengenai undang-undang pelabelan. Namun mereka beranggapan untuk produk yang mereka hasilkan, tidak perlu pelabelan yang spesifik seperti harus mencantumkan izin usaha, alamat berproduksi, berat bersih atau netto, nilai gizi, label halal dan tanggal kadaluwarsa. Namun ada juga diantara mereka yang memiliki kesadaran akan undang-undang yang berlaku sehingga pada produk mereka sudah di cantumkan pelabelan yang baik dan benar. Selain sudah mematuhi undang-undang, palabelan yang baik yang dilakukan produsen Sanjai juga sanagat berpengaruh kepada penjualan mereka. Karena pengemasan yang baik dan kualitas barang yang baik tentu akan menarik banyak konsumen.

Pada dasarnya pencantuman label sangat penting dilakukan, oleh sebab itu pengusaha kerupuk Sanjai lebih dahulu mementingkan Label nama, sebagai penunjang untuk meningkatkan penjualan mereka. Kenyaataan di lapangan di Kelurahan Manggih para pengusaha kerupuk sanjai memang selalu mencantumkan label makanan untuk produk mereka. Dari hasil penelitian diatas maka penulis menyimpulkan bahwa produsen memahami dengan baik bahwa sebuah produk makanan harus mencantumkan label pada produknya. Namun

dalam pencantuman label tersebut para produsen masih tidak memahami dengan baik apa tujuan dicantumkannya label pada produk tersebut.

E. Analisis Perilaku Produsen Makanan Dalam Kemasan Terhadap Pencantuman Label

Industri rumah tangga pangan kerupuk Sanjai merupakan salah satu industri yang sangat potensial dan memiliki prospek yang baik untuk ditumbuh kembangkan. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya industri karupuak Sanjai yang tersebar di kota Bukittinggi. Industri rumah tangga dalam perkembangannya didukung bahan baku yang hampir seluruhnya menggunakan bahan baku yang tersedia didalam negeri, dipasarkan dalam negeri, dikonsumsi oleh masyarakat secara luas dan memberikan konstribusi bagi pengembangan ekonomi masyarakat kecil dan menengah.

Namun hingga kini masih banyak ditemui pangan yang beredar di masyarakat yang tidak mengindahkan ketentuan tentang pencantuman label, sehingga meresahkan masyarakat. Perdagangan pangan yang kedaluarsa, pemakaian bahan pewarna yang tidak diperuntukkan bagi makanan, makanan mengandung bahan pengawet, atau perbuatan-perbuatan lain yang akibatnya sangat merugikan masyarakat, bahkan dapat mengancam kesehatan dan keselamatan jiwa manusia.

Berdasarkan hasil penelusuran penulis dilapangan sudah banyak produsen makanan yang mencantumkan label dalam produknya. Dari hasil observasi

dilapangan penulis menemukan banyak produk yang tidak ada label atau penjelasan yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama, label halal dan alamat pelaku usaha.

Jika dilihat dari data diatas dapat diketahui bahwa pada produk Sanjai yang di produksi oleh masyarakat Manggis Gantiang sudah mencantumkan label pada produknya. Namun dalam pengemasannya belum sesuai dengan Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Produsen Sanjai tersebut belum mencantumkan label yang sesuai dengan pasal 8 ayat (1) huruf (i) Undang-Undang Perlindungan Konsumen untuk selanjutnya disebut UUPK yaitu tidak memasang label atau memuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang atau di buat.

Produk-produk makanan dalam kemasan yang tidak disertai pelabelan yang sesuai dengan standar kesehatan, tentunya produk tersebut cukup berbahaya apabila dikonsumsi oleh masyarakat selaku konsumen, karena mereka mengkonsumsi produk makanan tanpa mengetahui komposisi, berat/isi bersih,aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, dan tanggal kadaluarsanya yang terkandung dalam produk tersebut.

Dari 15 (lima belas) pelaku usaha yang diteliti, lebih dari separuhnya masih mengabaikan ketentuan Pasal 8 ayat 1 huruf (i) Undang-Undang

Perlindungan Konsumen. Dengan tidak adanya label yang jelas khususnya komposisi yang tercantum pada label tersebut, bukan tidak mungkin pelaku usaha menambahkan kandungan berbahaya seperti *boraks*atau zat pewarna berbahaya yang dalam jangka panjang dapat mengganggu kesehatan konsumen. Dibutuhkan upaya yang serius dari pemerintah melalui berbagai dinas terkait dalam memberikan perlindungan bagi masyarakat sebagai konsumen.

Perlindungan konsumen merupakan istilah yang dipakai untuk menggambarkan adanya hukum yang memberikan perlindungan kepada konsumen dari kerugian atas produk barang dan/atau jasa. Menurut peraturan perundang-undangan, Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.[39] Perlindungan konsumen memiliki cakupan yang sangat luas meliputi perlindungan terhadap segala kerugiaan akibat penggunaan barang dan/atau jasa. Untuk mencapai hakekat kemaslahatannya, pemberlakuan segala peraturan ditengah masyarakat harus memiliki dasar hukum yang kuat menurut pandangan syariat. Karenanya, mengetahui pandangan syariat terhadap upaya perlindungan konsumen merupakan persoalan penting dalam pembahasan ini.

Perlindungan perlu diberikan kepada pihak konsumen sebab secara umum keberadaannya selalu berada pada kedudukan yang lemah. Ada beberapa faktor yang dapat dijadikan indikator lemahnya kedudukan konsumen di banding

[39]Pasal 1 angka (1) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

dengan kedudukan produsen, yaitu : (1) tingginya tingkat ketergantungan terhadap suatu produk, (2) lemahnya pengetahuan tentang proses produksi; dan (3) lemahnya kemampuan tawar-menawar secara ekonomis.[40].

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan produsen sanjai yang terletak di Kelurahan manggis, pada umunya mereka sudah mencantumkan label pada produk mereka. Namun pada produknya tidak di cantumkan informasi yang lengkap mengenai barang yang mereka produksi. Alasannya karena produk Sanjai bisa di identifikasi sudah kadaluwarsa jika warnanya sudah berubah atau sudah berjamur, maka sudah tidak layak di konsumsi.

Padahal dalam ajaran Islam, terdapat perintah mengkonsumsi makanan yang halal dan larangan mengkonsumsi makanan yang haram bagi seorang muslim. Allah telah memberikan tuntunan kepada manusia agar mengkonsumsi sesuatu yang halal dan thayyib.[41] Halal bermakna sesuatu yang boleh untuk di lakukan, di gunakan atau di konsumsi menurut hukum Islam. Sedangkan thayyib bermakna baik, yang mencakup keselamatan, kesehatan, lingkungan, keadilan serta keseimbangan alam.Pemenuhan kebutuhan secara seimbang dimaksudkan untuk mencapai kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat, yang dalam konsep Islam lebih dikenal dengan istilah *falah.*[42]

---

[40]Burhanuddin, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal,* (Malang: UIN-MALIKI PRESS, 2011) hlm.2

[41] Burhanuddin, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal,* (Malang*:* UIN MALIKI PRESS) h. 18

[42] Tim P3EI Universitas Islam Indonesia, *Ekonomi Islam*, h.8

Prinsip mengkonsumsi barang dalam pandangan islam terbagi atas lima yaitu:

1. Halal

   Yaitu halal itu jelas, haram itu jelas, di antara keduanya yaitu subhat, tidak agama dan harga dirinya, barang siapa yang terjerumus dalam subhat maka ia di ibaratkan pengembala disekitar tanah yang dilarang yang dikhawatirkan terjerumus. Ingatlah setiap pemimpin punya bumi larangan. Larangan Allah adalah yang diharamkan oleh Allah, ingatlah bahwa sesungguhnya dalam jasad terdapat segumpal daging jika baik maka baiklah seluruhnya dan jika jelek maka jeleklah seluruh tubuhnya ingat bahwa daging adalah hati, hati yang berada didalam tubuh manusia menjadi kepala dari seluruh anggota tubuh.

2. Baik/bergizi

   Yaitu tidak cukup jika mengkonsumsi barang (makanan maupun minuman) yang halal tetapi barang tersebut juga baik dan bergizi . jika kita mengkonsumsi barang yang baik dan bergizi setiap hari maka tubuh kita akan sehat dan tidak mudah terkena penyakit dan memberikan dampak positif terhadap prilaku sehari-hari.

3. Makan dan minum secukupnya.

   Dalam mengkonsumsi makan kita harus secukupnya dan jangan sampai shraf (berlebihan), jika berlebihan maka membuat kita melakukan segala aktifitas menjadikan kita malas disebabkan perut didalam tubuh penuh oleh

makan dan minum. Oleh karena itu apabila saat kita makan harus membagi sepertiga dari makanan, sepertiga dari minuman dan sepertiga untuk udara. Intinya makanlah sebelum lapar dan berhentilah sebelum kenyang.

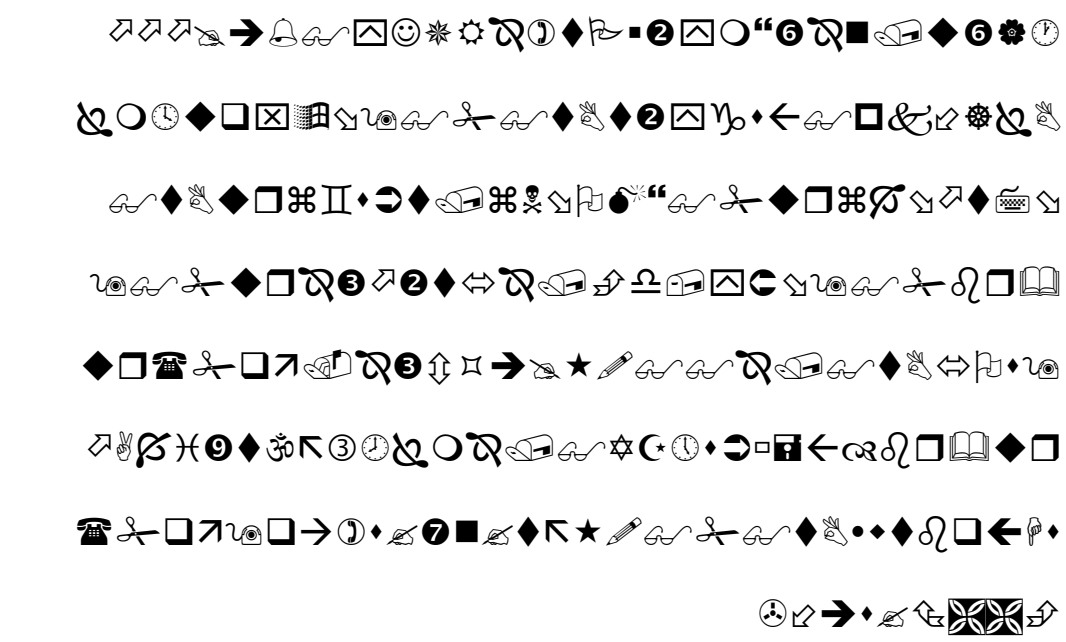
4. Tidak mengandung riba, tidak kotor / najis dan tidak menjijikan

   Dalam Islam, sesuatu yang mengandung riba, najis kotor atau menjijikan dilarang untuk di konsumsi.

5. Bukan dari hasil suap

   Barang yang diperoleh dari hasil suap telah dilaknat Allah dan Rasulnya. Biasanya peristiwa suap ini biasa terjadi kepada seseorang yang tingkat ekonominya tinggi, demi menutupi kesalahannya dan memberikan penjelasan yang sebenarnya dalam suatu permasalahan. Pemberian suap baik material maupun non material tetap tidak dibolehkan karena telah termasuk tatanan dalam kehidupan masyarakat dan melecehkan hak orang lain.

Islam juga telah mangajarkan bahwa setiap perbuatan yang merugikan pihak lain itu dilarang, terutama dalam menghasilkan barang dan jasa. Manusia dituntut untuk selalu meningkatkan kesejahteraan, namun dalam mengikuti irama modernisasi, manusia harus tetap memperhatikan nilai–nilai ajaran Islam yang bersumber dari Al-Qur’an dan As-Sunnah. Al-Qur’an sendiri telah memberikan garis pedoman mana yang baik dan mana yang haram. Sebagaimana dalam Firman Allah SWT :



Artinya: *“ Katakanlah : Tuhan hanya mengharamkan perbuatan yang keji,baik yang nampak ataupun yang tersembunyi dan perbuatan dosa, melanggar hak manusia tanpa alasan yang benar, (mengharamkan) mempersekutukan Allah dengan sesuatu yang Allah tidak menurunkan hujjah untuk itu dan (mengharamkan) mengada–ada terhadap Allah apa yang tidak kamu ketahui* (QS.Al –A’raf : 33)*.*,

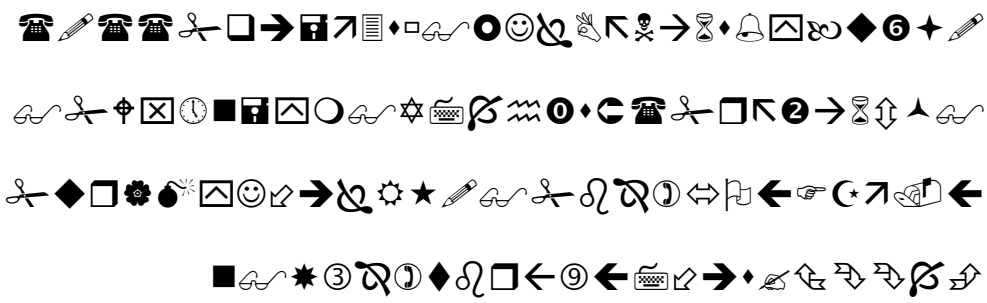
Dari uraian di atas maka penulis telah menganalisa bahwa pencantuman label yang di lakukan produsen sanjai di Kelurahan Manggis belum sesuai dengan prinsip-prinsip Ekonomi Islam. Dengan tidak mencantumkan informasi yang

lengkap mengenai kejelasan suatu barang maka produsen sudah melanggar hak-hak konsumen.

Setiap orang mukmin berusaha mencari kenikmatan dengan cara mematuhi perintah-Nya dan memuaskan dirinya sendiridengan barang-barang dan anugerah yang diciptakan (Allah) untuk umat manusia dan demi keselamatan umat. Dengan membeli barang dan/jasa hasil produksi orang lain berarti secara otomatis telah menempatkan dirinya sebagai pemakai (konsumen) yang keberadaannya perlu dilindungi. Termasuk diantaranya keluasan dan kemudahan dalam syariat islam adalah menghalalkan semua makanan yang mengandung mashlahat bagi yang mengkonsumsinya. Demikian pula sebaliknya, Allah mengharamkan semua makanan yang mendatangkan mudharat bagi hamba-Nya.

Mengkonsumsi makanan yang halal dengan dilandasi iman dan takwa karena semata-mata mengikuti perintah Allah merupakan ibadah yang mendatangkan pahala dan memberikan kebaikan dunia dan akhirat.Sebaliknya makanan yang haram, apalagi diikuti dengan sikap membangkang terhadap ketentuan Allah adalah perbuatan maksiat yang mendatangkan dosa dan keburukan.

Sebenarnya makanan yang diharamkan itu jumlahnya sedikit. Dikatakan demikian karena pada dasarnya apa yang ada dimuka bumi ini adalah halal, kecuali yang secara tegas telah dilarang dalam Al-Quran dan Hadist.[43]



Artinya: "*Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezki yang telah diberikan Allah kepada mu, dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya kepada-Nya saja menyembah.* (QS. An-Nahl: 114).

Tujuan ekonomi Islam adalah segala aturan mengarah pada tercapainya kebahagiaan, kesejahteraan, keutamaan, serta menghapus kejahatan. Demikian pula dalam hal ekonomi, tujuannya adalah membantu manusia mencapai ketenangan di dunia dan akhirat (*maslahah).*

[43] Burhanuddin, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal*, (Malang*:* UIN MALIKI PRESS), hlm.18

Seorang Fuqoha Asal Mesir bernama Prof. Muhammad Abu Zahra mengatakan ada tiga sasaran hukum islam yang mengajukan bahwa islam diturunkan sebagai rahmat bagi seluruh umat manusia yaitu:

1. Penyucian jiwa agar muslim boleh menjadi sumber bagi masyarakat dan lingkungan
2. Tegaknya keadilan dalam masyarakat. Keadilan yang dimaksud mencukupi aspek kehidupan dibidang hukum dan muamalah
3. Tercapainya maslahah (merupakan puncaknya). Para ulama menyepakati bahwa maslahah yang menjadi puncak sasaran mencakupi lima jaminan dasar yaitu:
    a. Kemaslahatan keyakinan agama (al-din)
    b. Kemaslahatan jiwa (al nafs)
    c. Kemaslahatan akal (al aql)
    d. Kemaslahatan keluarga dan keturunan (al masl)
    e. Kemaslahatan harta benda (al mal)

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Perilaku Produsen Makanan Dalam Kemasan Terhadap Pencantuman Label Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Islam maka dapat diambil kesimpulan Produsen Kerupuk

Sanjai di Kelurahan Manggis pada umumnya sudah mencantumkan label pada produk mereka. Namun dalam pencantuman label tersebut belum sesuai dengan Undang-Undang maupun menurut pandangan Ekonomi Islam. Hal ini bertentangan dengan prinsip ekonomi islam dimana Islam menganjurkan setiap muslim untuk mengkonsumsi makanan yang halal serta mendatangkan *mashlahah*. Dengan tidak dicantumkannya informasi yang lengkap pada label makanan oleh pelaku usaha atau produsen Sanjai di Kelurahan Manggis, maka produsen telah melanggar hak-hak konsumen.

B. SARAN

Berdasarkan Penelitian yang dilakukan, saran yang dapat penulis berikan yaitu, bagi pelaku usaha yang belum mencantumkan label yang benar, alangkah lebih baiknya segera mencantumkan label yang sesuai dengan pasal 8 ayat (1) huruf (i) Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Hal itu dimaksudkan agar memberikan keamanan pangan yang sesuai standarnya kepada konsumen. Karena Islam juga sudah memberikan arahan mengenai kaidah-kaidah yang baik dalam berproduksi. Semoga dengan ditaatinya peraturan oleh produsen akan mendatangkan kemaslahatan baik bagi produsen maupun konsumen.