

**TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA DALAM SISTEM TRANSAKSI
QUICK COMMERCE MODERN**

Lin Lie Bintan Illa

UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

linliebintan@gmail.com

Khoirul Hidayah

Khoirul.hidayah@syariah.uin-malang.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi yang semakin signifikan dibuktikan dengan adanya *e-commerce*. *E-commerce* merupakan sebuah transaksi komersial yang tidak memerlukan kehadiran para pihak dalam melakukan transaksi. Kemajuan perdagangan online (*e-commerce*) ditandai dengan kehadiran *quick commerce*. *Quick commerce* merupakan sebuah model bisnis baru yang menekankan pada sistem pengantaran pesanan konsumen yang relatif singkat. Proses pengantaran dan penerimaan barang lebih cepat daripada transaksi *e-commerce* biasanya. Mlijo malang menerapkan sistem proses pengiriman barang yang relatif singkat/cepat seharusnya tidak menyebabkan barang yang sampai pada konsumen mengalami rusakab. Tetapi pada kenyataannya ketika barang tersebut sampai kepada konsumen dalam kondisi rusak, sehingga hal ini menyebabkan konsumen mengalami kerugian. Sebagai pelaku usaha mlijo malang berkewajiban melakukan ganti kerugian sesuai dengan Pasal 19 Ayat (1) UUPK. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis tanggung jawab pelaku usaha terhadap kerugian konsumen berdasarkan UUPK dan fiqh muamalah. Metode Penelitian ini menggunakan metode empiris dengan pendekatan yuridis sosiologis yang menggunakan masyarakat sebagai subjek untuk diambil informasinya. Hasil dari Penelitian ini sebagai pelaku usaha sudah melakukan kewajibannya sesuai dengan Pasal 19 Ayat (1) yaitu bertanggung jawab memberi ganti rugi atas kerugian yang dialami oleh konsumen dan melakukan ganti rugi sesuai dengan Pasal 19 Ayat (2) dengan melakukan pengembalian dana dan menerapkan tanggung jawab sesuai dengan fiqh muamalah.

Kata Kunci : Tanggung Jawab; Kerugian Konsumen; UUPK; Fiqh Muamalah.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi yang sangat pesat memberikan dampak yang sangat signifikan terhadap perdagangan. Dalam dunia perdagangan perkembangan ini ditandai dengan lahirnya *e-commerce* atau perdagangan yang dilakukan secara online. *E-commerce* sendiri merupakan suatu transaksi komersial yang dilakukan antara penjual

dan pembeli atau dengan pihak lain dalam suatu hubungan perjanjian yang sama untuk mengirimkan sejumlah barang, jasa, dan peralihan hak¹. Sehingga dalam transaksi komersial ini tidak membutuhkan pertemuan kedua belah pihak untuk melakukan sebuah transaksi.

E-commerce banyak digunakan oleh para masyarakat di Indonesia untuk memenuhi kebutuhannya. Dari data yang diperoleh, sebanyak 88, 1% pengguna internet yang ada di negara Indonesia menggunakan layanan *e-commerce* untuk membeli produk tertentu². *E-commerce* didefinisikan sebagai suatu proses pembelian, penjualan, mentransfer atau bertukar produk, jasa atau informasi melalui jaringan komputer melalui Internet³. Pada awal tahun 2020, Indonesia sedang dilanda pandemi *covid-19*. Pandemi *covid-19* ini membuat pemerintah untuk melakukan bentuk beberapa peraturan kepada masyarakat sebagai upaya untuk memutuskan mata rantai penyebaran *covid-19*. Pada saat terjadinya *covid-19* ini penggunaan *e-commerce* meningkat. Belanja online menjadi pilihan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan di era pandemi *covid-19*. Para masyarakat dapat memperoleh segala keperluannya melalui *e-commerce*. Adanya sistem belanja online (*e-commerce*) dapat menekan mobilitas pergerakan para masyarakat untuk keluar rumah sehingga hal ini berdampak pada kesuksesan kebijakan pemerintah dalam meminimalisir penyebaran virus *covid-19*.

Perdagangan secara online (*e-commerce*) saat ini mengalami pertumbuhan signifikan. Dikutip dari Indonesia.go.id, bisnis *e-commerce* di Indonesia semakin menjanjikan, apalagi di masa pandemi. Bisnis dagang berbasis digital diproyeksi tumbuh 33,2 persen dari 2020 yang mencapai Rp. 254 triliun menjadi Rp. 337 triliun pada tahun 2021. Dilihat dari sisi perilaku konsumennya, di semua lini dagang berbasis online tren transaksi berbasis digital terjadi peningkatan sepanjang masa pandemi. Selain itu, adanya teknologi yang semakin mapan diiringi dengan kecepatan transaksi yang semakin mudah dan cepat membantu akselerasi bisnis digital jenis tersebut⁴. Kemajuan perdagangan online (*e-commerce*) dibuktikan dengan munculnya model bisnis baru yaitu *quick commerce* (niaga cepat), yaitu merupakan model perdagangan cepat yang menekankan pada waktu pengiriman relatif singkat dengan tujuan untuk memberi kemudahan, pengiriman cepat, dan kepedulian terhadap konsumen. Perdagangan cepat (*e-commerce*) memiliki waktu yang singkat dalam proses pengantaran pesanan dan penerimaan barang daripada pesanan di *e-commerce* biasanya⁵.

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

² Andrea Lidwina, "Pengguna E-Commerce Indonesia Tertinggi di Dunia," Databoks, 4 Juni 2021, diakses pada 22 September 2022, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-E-Commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>

³ Mahir Pradana, "Klasifikasi Bisnis E-Commerce Di Indonesia," *Modus*, no. 2(2015): 165, <https://media.neliti.com/media/publications/152372-ID-none.pdf>

⁴ Firman Hidranto, "Bisnis E-Commerce Semakin Gurih," *Indonesia*, 23 Februari 2021, diakses 31 Mei 2023, <https://www.indonesia.go.id/kategori/indonesia-dalam-angka/2534/bisnis-E-Commercesemakin-gurih>

⁵ P Madhan Kumar, Jeswanth A R, dkk, "Sentimental Analysis on Quick Commerce Platform Instagram Based on Customer Reviews in Google Play Store," *International Journal of Research In Science & Engineering*, no. 6(2022): 32 <https://doi.org/10.55529/ijrise.26.29.42>

Upaya memberi perlindungan terhadap konsumen yang melakukan transaksi *e-commerce* dikenal dengan istilah tanggung jawab produk/*product liability*. *Product liability* adalah tanggung jawab produsen untuk produk yang telah dibawanya kedalam peredaran yang menimbulkan/menyebabkan kerugian karena cacat yang pada produk tersebut⁶. Dengan adanya kesadaran pelaku usaha terhadap tanggung jawab secara hukum (*product liability*) tersebut pelaku usaha memiliki kesadaran dengan masalah perlindungan konsumen yang menyangkut keamanan dan keselamatan konsumen⁷. Akan tetapi, tanggung jawab produk dalam media digital masih sangat minim diterapkan oleh para pelaku usaha. Kesadaran pelaku usaha akan keamanan dan keselamatan konsumen perlu untuk ditingkatkan. Banyak pelaku usaha yang melakukan kecurangan dalam transaksi *e-commerce*. Dikutip dari Kompas.com dalam tujuh tahun terakhir, Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) mencatat barang palsu sebagai keluhan yang dominan. Tulus Abdi selaku ketua YLKI mengatakan bahwa pengaduan dominan yang dikeluhkan konsumen di *e-commerce* itu barang tidak sampai, barang tidak diterima konsumen, dan adanya penipuan terkait barang palsu⁸.

Ketentuan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 19 Ayat 1 menjelaskan mengenai beberapa tanggung jawab pelaku usaha apabila konsumen mengalami kerugian yang diakibatkan oleh kelalaian pelaku usaha. Dalam Pasal 19 Ayat 1 Pelaku usaha bertanggung jawab mengganti rugi atas kerugian, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan dan diperdagangkan. Hal ini selaras dengan hak-hak konsumen yang wajib dipenuhi. Konsumen memiliki hak yang harus ditegakkan yang tercantum dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam Pasal 4, yaitu sebagai berikut : 1). Hak untuk memilih dan mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan. 2). Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. 3). Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan. 4). Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Fakta yang terjadi dalam transaksi belanja sayuran secara online, banyak ditemukan konsumen yang merasa dirugikan. Kerugian konsumen tersebut disebabkan produk yang dikirimkan oleh pihak sayur online tidak sesuai dengan pesanan konsumen. Kerugian konsumen berupa tidak sesuainya pesanan ini berupa kualitas, jumlah maupun barang yang tidak sesuai. Mlijo.malang sendiri merupakan sebuah *Platform Instagram* yang menyediakan produk keperluan rumah tangga. Produk yang dijual berupa sayuran, lauk-pauk, buah-buahan, *frozen food*, sembako dan lain sebagainya. Dalam observasi yang dilakukan dalam penelitian ini terdapat kerugian yang dialami oleh konsumen mlijo malang. Kerugian tersebut berupa kualitas barang yang dikirimkan mlijo malang tidak sesuai dengan apa yang diperjanjikan dan ditawarkan diawal. Kerusakan barang

⁶ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2004), 23.

⁷ Renny Supriyatni Bachro, “*Product Liability* sebagai salah satu alternatif perlindungan terhadap keamanan dan keselamatan konsumen,” *Jurnal Sosiohumaniora*, no.1(2003): 57 <http://jurnal.unpad.ac.id/sosiohumaniora/article/view/5277/2656>

⁸ Dinno Baskoro, “Barang Palsu di Marketplace Jadi Keluhan Pembeli,” *Kompas*, 23 Februari 2022, diakses pada 31 Mei 2023, <https://lifestyle.kompas.com/read/2022/02/23/153355020/barang-palsu-dimarketplace-jadi-keluhan-pembeli>

tersebut berupa sayuran yang layu, tempe yang busuk, ikan yang sudah berbau, tahu yang sudah masam dan telur yang pecah.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian jenis empiris. Penelitian hukum empiris merupakan suatu metode penelitian hukum yang berfungsi untuk melihat hukum dalam artian nyata dan meneliti bagaimana bekerjanya hukum di lingkungan masyarakat⁹. Penelitian jenis ini digunakan karena dalam penelitian ini terdapat persoalan kerugian konsumen yang harus mendapat pertanggungjawaban oleh pelaku usaha yang akan dikaji dengan perspektif hukum sesuai dengan Pasal 19 Ayat (1) UUPK dan fiqh muamalah. Penelitian ini menggunakan pendekatan hukum yuridis sosiologis atau disebut dengan *social-legal* yang mendekatkan hukum kepada manusia ataupun masyarakat sebagai subjek. Pendekatan yuridis sosiologis memaknai hukum sebagai hasil pemikiran antara teks dan konteks, atau antara *nash* dan realitas (*alindimaj bainan nash wa al-waqi*)¹⁰. Maka penelitian ini menggunakan masyarakat sebagai subjek untuk diambil informasinya. Sumber data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan data primer yaitu dilakukan dengan metode wawancara dan data sekunder yaitu berupa buku dan jurnal tentang *e-commerce*, hak konsumen, *product liability* dan peraturan perundang-undangan yang relevan. Teknik pengumpulan data yaitu dengan melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi sedangkan analisis data dilakukan dengan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan dan verifikasi.

Hasil dan Pembahasan

Gambaran Umum Transaksi Jual Beli di Platform Instagram mlijo.malang

Mlijo.malang merupakan sebuah platform Instagram online yang berada di kota Malang. Dalam platform Instagram tersebut menyediakan beberapa produk kebutuhan rumah tangga. Produk yang dijual dalam Platform Instagram tersebut seperti : beras, minyak, sayuran segar, daging, ikan segar, tempe, telur, *frozen food*, bahan kue, mie instant, bumbu dapur, tepung serta buah-buahan¹¹. Dengan adanya sayur online (mlijo.malang) dapat memudahkan para konsumen, karena untuk memperoleh produk yang diinginkan konsumen dapat melakukan pemesanan secara online melalui platform Instagram sayur online (mlijo.malang) dan barang yang dipesan oleh konsumen akan diantarkan kepada konsumen. Platform Instagram sayur online (mlijo.malang) dalam melayani konsumen menyediakan beberapa pilihan platform yang dapat dipilih oleh konsumen, yaitu dapat melalui¹²: 1). Shopee (sembako.malang). 2). WhatsApp(08974220050). 3). Web Toko (sumberjayagrosir.com). 4). Tokopedia (Sembako Malang).

⁹ Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum* (Mataram: Mataram University Press, 2020), 80-83.

¹⁰ Muhammad Chairul Huda, *Metode Penelitian Hukum* (Semarang : The Mahfud Ridwan Institute, 2021), 21.

¹¹ Ridha P, wawancara, (Malang, 5 Desember 2022)

¹² Diakses pada 7 juli 2023,

https://instabio.cc/mlijomalang?fbclid=PAAa5Pz077ID3pThZblXnDwUOHjZYxoQz0bpEEbQpyY2_lcAN6Jig0mHLPNA

Latar belakang didirikannya mlijo.malang atau urgensi yang menjadikan pelaku usaha menjualkan sayur dalam *e-commerce* disebabkan oleh beberapa faktor : 1). Wujud mengikuti perkembangan zaman dengan teknologi yang semakin canggih dan untuk persaingan bisnis yang semakin tinggi. 2). Perilaku kosumen yang berubah, dimana sekarang banyak konsumen yang lebih suka belanja online daripada belanja secara tradisional. Perilaku konsumen yang berubah menjadi latar belakang mlijo.malang menyediakan konsep belanja *one stop shopping*. Konsep *one stop shopping* adalah konsep berbelanja kebutuhan suatu produk dalam satu tempat atau sekali pemberhentian, yaitu suatu konsep dimana sebuah pusat perbelanjaan ataupun sejenisnya yang menyediakan atau menjual suatu produk secara dominan dan dilengkapi dengan produk terkait¹³. *One stop shopping* memiliki tujuan untuk meningkatkan penjualan dengan menciptakan serta memberikan suasana lingkungan store yang nyaman, dan bersih, pelayanan yang ramah dengan harga yang terjangkau, tata letak barang yang teratur dan rapi, memberikan edukasi terhadap barang-barang serta menciptakan *one stop service* terhadap segala kebutuhan¹⁴.

Quick commerce memiliki konsep yang sama dengan *e-commerce* pada umumnya yaitu sebuah perdagangan digital. Letak perbedaannya adalah terletak pada proses pengirimannya. *Quick commerce* merupakan suatu konsep bisnis baru yang menawarkan pengiriman kilat dimana konsumen bisa mendapatkan produk yang dibeli dalam jangka waktu yang relatif singkat.¹⁵ Model bisnis *quick commerce* menggabungkan manfaat *e-commerce* (belanja melalui internet) dan pengalaman belanja tradisional (menyelesaikan perdagangan dalam hitungan menit) dengan tujuan untuk memenuhi tuntutan konsumen online.

Mlijo malang menerapkan sistem pengantaran barang dengan waktu yang relatif singkat. Sehingga konsumen dapat memperoleh barang pesanannya dalam rentang waktu satu sampai dua jam tergantung jarak alamat konsumen dengan toko. Barang pesanan konsumen dikirimkan hari itu juga jika konsumen melakukan pemesanan dan pembayaran sebelum jam delapan pagi. Untuk pesanan diatas jam delapan akan dikirimkan keesokan harinya, hal ini diupayakan oleh pihak mlijo malang untuk menjaga kualitas barang karena barang yang diperjualbelikan oleh mlijo malang berupa sayuran sehingga jika terlalu lama akan membuat kualitasnya menurun.

Sistem pengiriman barang dilakukan oleh kurir, untuk kurirnya secara otomatis terpilih dari *platform* yang digunakan oleh konsumen untuk melakukan pemesanan (shopee/tokopedia). Untuk pemesanan melalui web toko dan whatsapp akan menggunakan kurir pribadi toko. Dalam melayani konsumen, mlijo malang memastikan bahwa produk yang akan dikirimkan kepada konsumen merupakan produk yang

¹³ Catarina Cori, Tresia, "Analisis Strategi *One Stop Shopping* dalam memenuhi kepuasan pelanggan summarcon Mall Bekasi," *Cidea*, no.1 (2022) :3

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

¹⁴ Catarina Cori, Tresia, "Analisis Strategi *One Stop Shopping* dalam memenuhi kepuasan pelanggan summarcon Mall Bekasi," *Cidea*, no.1 (2022) : 6

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

¹⁵ Aulia Meidiska, "Quick Commerce : Era Baru "Pasar" Digital," *disrupto.co.id*, 3 Januari 2022, diakses 13 Mei 2023, <https://www.disrupto.co.id/journal/quick-commerce-era-baru-pasar-digital>

berkualitas. Transaksi yang melalui sistem online menyebabkan konsumen tidak dapat memilih kualitas produk yang diinginkan. Sehingga dalam transaksi ini dilandaskan pada kepercayaan konsumen kepada palaku usaha. Pelaku usaha mlijo malang selalu mengambil foto terlebih dahulu untuk memberi informasi terkait kondisi produk yang akan dikirimkan kepada konsumen dengan cara dikonfirmasi melalui chat kepada konsumen sebelum akhirnya dipacking dan dikirimkan oleh kurir. Hal ini sebagai upaya pelaku usaha dalam melayani konsumen agar tidak kecewa dan sebagai upaya pelaku usaha mlijo malang menerapkan prinsip kehati-hatian dalam mengedarkan produknya.

Tanggung Jawab mlijo.malang Terhadap Kerugian Konsumen Menurut UU Perlindungan Konsumen

Perjanjian jual beli yang dilakukan melalui sistem transaksi elektronik tidak dapat dilakukan secara tatap langsung, maka penentuan waktu terjadinya suatu kesepakatan merupakan unsur yang penting. Hal ini berkaitan dengan sah atau tidaknya perjanjian tersebut. Dalam Pasal 1458 KUHP disebutkan bahwa perjanjian transaksi jual beli itu sudah sah setelah adanya kesepakatan tentang harga meskipun belum dibayar oleh pembeli dan barang belum diserahkan oleh penjual. Perjanjian dapat terjadi jika salah satu pihak telah menyatakan sepakat terhadap pokok perjanjian yang dinyatakan oleh pihak lain. Dalam perdagangan elektronik, suatu kontrak yang timbul bukan hanya sebatas diatas kertas melainkan dilakukan secara digital atau yang dikenal dengan *e-contract*. Menurut penjelasan UU ITE Pasal 1 angka 17 menyebutkan bahwa “kontrak elektronik adalah perjanjian para pihak yang dibuat melalui Sistem Elektronik.” Kontrak elektronik paling sedikit memuat: a. Data identitas para pihak; b. Objek dan spesifikasi; c. Persyaratan transaksi elektronik; d. Harga dan biaya; e. Prosedur dalam hal terdapat pembatalan oleh para pihak; f. Ketentuan yang memberikan hak kepada pihak yang dirugikan untuk dapat mengembalikan barang dan/atau meminta penggantian produk jika terdapat cacat sembunyi; g. Pilihan hukum penyelesaian transaksi elektronik. Kontrak elektronik (*e-contract*) merupakan suatu bentuk transaksi elektronik yang diatur dalam pasal 17 ayat (1) jo. Pasal 18 ayat (1) Bab V UU ITE.

Transaksi yang dilakukan di mlijo malang merupakan sebuah transaksi secara komersial yang menggunakan kontrak elektronik sebagai perjanjian jual belinya. Sebagai pelaku usaha dan konsumen harus memperhatikan dan menaati peraturan yang berlaku, agar suatu transaksi tersebut dapat terjalin secara saha. Dalam perdagangan online (*e-commerce*) diperlukan adanya sebuah perlindungan hukum yang dapat melindungi hak-hak konsumen. Dalam Pasal 1 Ayat 24 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan menjelaskan Perdagangan melalui sistem elektronik adalah perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik. Tentunya hal ini menyebabkan konsumen dan pelaku usaha tidak dapat bertatap muka, sehingga banyak terjadinya penipuan yang merugikan pihak konsumen. Perlindungan konsumen dalam transaksi *e-commerce* dicantumkan dalam Pasal 9 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yang menjelaskan bahwa pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap yang berkaitan dengan syarat kontrak, produsen dan produk yang ditawarkan. Ketentuan dalam pasal tersebut memberikan hak kepada konsumen

untuk mendapatkan informasi yang jelas atas suatu produk yang ditawarkan oleh pelaku usaha.

Kasus yang terjadi dalam mlijo malang merupakan sebuah kerugian yang dialami oleh konsumen dimana barang yang dikirimkan oleh pelaku usaha mlijo malang ketika sampai kepada konsumen memiliki kualitas yang buruk. Kerusakan pada produk tersebut berupa tempe yang busuk, tahu yang rasanya sudah masam, sayur yang layu dan telur yang pecah. Menggunakan sistem pengiriman yang cepat seharusnya tidak menyebabkan kondisi tempe busuk ketika sampai ke tangan konsumen, hal ini dikarenakan dengan menggunakan sistem pengiriman cepat dapat mempersingkat waktu.

UUPK mendefinisikan konsumen merupakan setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Apabila seseorang sebagai konsumen mempunyai hubungan hukum berupa perjanjian dengan pihak lain, dan pihak lain itu melanggar perjanjian yang disepakati bersama, maka konsumen berhak menggugat lawannya berdasarkan dalih melakukan wanprestasi (cedera janji). Dalam konsepsi perbuatan melawan hukum, seseorang diberi kesempatan untuk menggugat sepanjang terpenuhinya tiga unsur yaitu¹⁶ : a). Adanya kesalahan. (yang dilakukan pihak lain atau tergugat). b). Adanya kerugian (yang diderita si penggugat). c). Ada hubungan kausalitas antara kesalahan dan kerugian itu. Kennedt mengemukakan mengenai hak dasar konsumen yaitu :a). *The right to safe products*. b). *The right to he informed about products*. c). *The right to definite choices in selecting products* .d). *The right to be heard regarding consumer interests*.

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang terdapat dalam Pasal 4 Ayat (3) konsumen memiliki hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa¹⁷. Sehingga jika konsumen tidak mendapatkan haknya maka sebagai pelaku usaha telah melanggar hak konsumen. Selain itu, sebagai konsumen juga memiliki kewajiban yang harus dilakukan. Kewajiban tersebut dicantumkan dalam Pasal 5 Ayat (a) yaitu konsumen wajib untuk membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan.

Pasal 1 Ayat (3) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, memberikan pengertian pelaku usaha adalah adalah setiap perseorangan atau badan hukum, baik yang berbentuk badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi¹⁸. kewajiban pelaku usaha dalam Pasal 1338 Ayat (3) KUHPdata yaitu adalah beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usaha yang mana hal ini merupakan asas yang dikenal dalam hukum perjanjian.

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

¹⁶ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: PT Grasindo, 2006), 59.

¹⁷ Pasal 4 ayat 2 undang – undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen

¹⁸ Burhanuddin, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen & Sertifikasi Halal* (Malang : UIN-Maliki Press, 2011) 33.

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

Product liability memiliki karakter yang bersifat *tort*, konsumen yang menjadi korban atas produk yang diperdagangkan masih harus membuktikan ketiga unsur lainnya, yaitu¹⁹ : 1). Perbuatan produsen adalah perbuatan melawan hukum. 2). Telah timbul kerugian. 3). Hubungan kausal antara perbuatan melawan hukum dengan kerugian yang timbul. Tuntutan akan tanggung jawab produk ini dapat berdasarkan tiga hal yaitu : 1). Melanggar jaminan (*breach of warranty*), contohnya manfaat atau rasa tidak sesuai dengan yang tertera pada kemasan produk. 2). Adanya kelalaian (*negligence*), yaitu dimana produsen lalai untuk memenuhi standart pembuatan produk yang baik dan aman digunakan oleh konsumen. Kelalaian dapat dinyatakan apabila seorang produsen/pelaku usaha tidak dapat membuktikan bahwa pelaku usaha telah berhati-hati dalam produksi barang. 30. Menerapkan aturan tentang tanggung jawab mutlak (*strictliability*).

Pelaku usaha memiliki kewajiban yang harus dilakukan atau ditaati oleh pelaku usaha yaitu : 1). Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya. 2). Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa, serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan. 3). Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur,serta tidak diskriminatif. 4). Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku. 5). Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu, serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau diperdagangkan. 6). Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau jasa penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian. Selain kewajiban diatas, kewajiban pelaku usaha dalam Pasal 1338 Ayat (3) KUHPdata yaitu adalah beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usaha yang mana hal ini merupakan asas yang dikenal dalam hukum perjanjian.

Kasus yang terjadi di mlijo malang, sebagai konsumen telah mendapatkan haknya sesuai dipasal 4 ayat (3) yaitu konsumen memiliki hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Hal ini ditunjukkan dengan adanya informasi dalam deskripsi produk didalam *platform* shopee. Dalam deskripsi tersebut dicantumkan mengenai beberapa ketentuan untuk konsumen dapat melakukan pemesanan produk. Dari mulai jadwal pengiriman, ketentuan harga, informasi produk yang kosong dan mengenai pengembalian dana.

Pelaku Usaha mlijo malang juga memenuhi kewajibannya sesuai dengan Pasal 7 Ayat (f), yang wajib memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas

¹⁹Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konumen*, (Jakarta:Sinar Grafika, 2011), 105.

kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya ganti rugi yang dilakukan oleh pihak mlijo malang kepada konsumen yang mengalami kerugian. Dalam kasus produk tempe yang busuk dan tahu yang rasanya sudah masam pelaku usaha mlijo malang bertanggung jawab dengan melakukan ganti rugi. Untuk telur yang pecah sebagai pelaku usaha mlijo malang juga melakukan ganti kerugian dengan catatan bahwa produk tersebut sudah disertai dengan tray atau peti, jika dalam proses pemesanan sebagai konsumen tidak menambahkan *extra packing* dengan menambahkan tray atau peti maka sebagai pelaku usaha tidak akan mengganti kerugian yang dialami oleh konsumen. Hal ini dilakukan karena sebagai pelaku usaha telah memenuhi hak konsumen sesuai dengan pasal 4 ayat (3) yaitu konsumen memiliki hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Dimana untuk produk telur, pelaku usaha telah menginformasikan dalam deskripsi untuk pengiriman lebih aman mohon untuk menambahkan tray atau peti. Sehingga apabila ada konsumen yang mengalami kerugian produk yang disebabkan karena telur yang pecah dan tidak menambahkan tray atau peti maka kerugian tersebut ditanggung oleh konsumen.

Penjelasan tersebut berkaitan dengan adanya kasus yang terjadi di mlijo malang, terdapat konsumen yang melakukan pembelian telur sebanyak 10 kg dan tidak menambahkan *extra packing* yaitu sebuah tray atau peti. Ketika dalam pengiriman telur tersebut dipacking dengan menggunakan kardus sehingga menyebabkan produk telur tersebut sampai ketangan konsumen dalam keadaan rusak yaitu pecah sebanyak 2 kg. Kerusakan tersebut diakibatkan karena pecah di jalan saat pengiriman karena tidak menggunakan tray. Dalam kasus ini sebagai pelaku usaha mlijo malang tidak dapat melakukan ganti rugi atas kerugian konsumen. Karena sebagai konsumen lahai akan kewajibannya dalam Pasal 5 Ayat (a) konsumen wajib untuk membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan. Yang mana sebagai pelaku usaha telah mencantumkan intruksi untuk keselamatan produk dalam dekripsi produk.

Bentuk ganti rugi yang dilakukan oleh pelaku usaha sudah sesuai dengan UUPK Pasal 19 Ayat (2) Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pelaku usaha mlijo malang dalam melakukan ganti rugi atas kerugian konsumen yaitu dalam bentuk pengembalian dana, dimana hal ini sudah sesuai dengan UUPK Pasal 19 Ayat (2). Pelaku usaha mlijo malang memilih untuk melakukan pengembalian dana karena sebagai upaya untuk menekan biaya ganti kerugian yang dikeluarkan. Jika pelaku usaha mlijo malang melakukan ganti rugi dengan mengganti barang yang serupa, hal ini akan menambah pengeluaran mlijo malang dalam ongkir untuk mengirimkan barang. Biaya ongkir lebih mahal daripada biaya produk yang diganti rugi oleh pelaku usaha, sehingga membuat pelaku usaha mlijo malang menetapkan pengembalian dana atas segala kerugian karena hal ini lebih efektif.

**Kesesuaian Upaya Tanggung Jawab Pelaku Usaha atas Kerugian Konsumen
mlijo.malang ditinjau Menurut Fiqh Muamalah**

Fiqh muamalah merupakan kata majemuk yang terdiri dari kata *fiqh* dan *muamalah*. Secara etimologi fiqh berarti paham, mengetahui dan melaksanakan. Kata muamalah berasal dari bahasa Arab (عامل – يعمل – معاملة) yang secara etimologi sama dan semakna *al-mufa'alah* (saling berbuat). Secara terminologi *fiqh muamalah* adalah hukum-hukum yang berkaitan dengan tindakan yang dilakukan oleh manusia dalam hal yang berkaitan dengan hartanya, seperti jual beli, sewa-menyewa, gadai dan lain-lain²⁰. Pada dasarnya muamalah diperbolehkan, kecuali terdapat nash/dalil yang mengharamkannya, sebagaimana firman Allah Swt dalam Q.S. Yunus : 59

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

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

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

Prinsip yang terdapat dalam fiqh muamalah dirumuskan sebagai berikut²¹ : 1). Seluruh tindakan muamalah dilakukan atas dasar nilai-nilai ketuhanan (tauhid). 2). Muamalah harus didasarkan pada pertimbangan moral atau akhlakul karimah, yang mana setiap transaksi harus berlandaskan nilai kejujuran (*shidiq*), keterbukaan (*tabligh*), kasih sayang (*rahmah*), kesetiakawanan (*ukhwah*), suka sama suka (*ridha*), persamaan (*musawah*), tanggung jawab (*amanah*), dan profesional (*fathanah/itqan*). 3). Dalam transaksi bisnis atau muamalah tidak mengandung unsur riba, penipuan (*tadlis*), ketidakpastian (*gharar/taghrir*), penganiayaan/ pemerasan (*dhulm*), paksaan (*ikhras*), penyogokan (*risywah*) dan unsur yang merugikan. 4). Hukum asal muamalah adalah diperbolehkan, terkecuali terdapat nash/dalil yang mengharamkannya. 5). Muamalah dilakukan atas dasar sukarela. 6). Muamalah dilakukan atas dasar menarik manfaat dan menjauhkan dari segala mudharat. 7). Muamalah dilakukan atas dasar menegakkan keadilan.

Transaksi online ini disamakan dengan jual beli salam. Transaksi jual beli salam merupakan suatu jual beli dengan sistem “pesanan” atau *indent* dengan sistem pembayaran yang dilakukan ketika akad berlangsung dengan penyerahan barang yang dilakukan diakhir sesuai dengan perjanjian dengan para pihak penjual dan pembeli. Unsur terpenting dalam jual beli salam dalam mengurangi terjadinya kesalahan dalam pemesanan adalah dengan melakukan kesepakatan mengenai ciri-ciri atau sifat objek yang dipesan yaitu kejelasan kualitasnya, kuantitasnya, jenisnya, waktu penyerahannya, dan harga pembelian²². Dasar hukum transaksi salam ini didasarkan pada Q.S. Al-Baqarah : 282

²⁰ Sri Sudiarti, *Fiqh Muamalah Kontemporer* (Sumatra Utara:FEBI UIN-SU Press, 2018), 7.

²¹ Prilla Kurnia Ningsih, *Fiqh Muamalah* (Depok:PT RajaGrafindo Persada, 2021),15-16.

²²Andri Soemitra, *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Kencana, 2019), 84.

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

Rukun Jual beli Salam: 1). Muslim (pemesan). 2). Muslim Ilaih (penerima pesanan). 3). Muslim Fih (barang pesanan). 4). Ijab dan Qobul. Secara garis besar, akad salam harus memenuhi ketentuan-ketentuan sebagai berikut: 1). Barang yang dipesan harus berupa barang yang sudah diketahui atau maklum. 2). Barang mempunyai kriteria atau sifat yang diketahui. 3). Takaran, ukuran, atau jumlah kuantitasnya harus maklum. 4). Waktu jatuh temponya harus maklum. 5). Harga atau uang yang diberikan disepakati jumlahnya. 6). Jika mengantar barang pesanan memerlukan biaya atau ongkos maka harus diketahui serah terima barang tersebut.

Transaksi yang dilakukan oleh mlijo malang dalam islam diperbolehkan hal ini berlandaskan prinsip muamalah mengenai semua jual beli diperbolehkan kecuali ada nash yang melarangnya dengan ketentuan bahwa transaksi yang dilakukan oleh mlijo malang tersebut sudah memenuhi rukun dan syarat jual beli serta mengandung keridhoan kedua belah pihak. Upaya untuk menjamin kepentingan konsumen, Islam memasukkan perlindungan sebagai sebuah prinsip dalam bermuamalah. Dimana jenis perlindungan tersebut ditinjau dari penipuan kualitas barang, kuantitas barang, penjualan barang yang tidak pasti, perolehan keuntungan secara penipuan. Dalam Islam perlindungan didasarkan atas Hadis Nabi Muhammad Saw yang bersabda :

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

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

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

Jual beli dalam Islam harus didasarkan oleh suka sama suka, dan keridhoan masing-masing pihak. Selain itu jual beli dalam Islam harus terhindarkan dari unsur-unsur yang merugikan seperti halnya penipuan , pemaksaan dan unsur yang merugikan. Karena jika dalam jual beli terdapat unsur yang merugikan hal tersebut menyebabkan akad dalam transaksi jual tersebut menjadi rusak dan tidak sah. Allah Swt berfirman dalam surah Al-A'raf ayat : 85 yaitu :

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

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

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

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

Kasus yang terjadi di Malang yang disebabkan ketidaksesuaian barang yang dikirim dengan barang yang diperjanjikan menyebabkan adanya perasaan tidak ridho nya salah satu pihak hingga membuat akad tersebut yang awalnya sah menjadi suatu akad yang rusak. Dengan adanya kasus yang terjadi di Malang tersebut, keduanya dapat memilih untuk meneruskan atau membatalkan jual beli tersebut atau dalam Islam disebut dengan Khiyar. Khiyar didefinisikan hak para pihak yang bertransaksi memilih untuk melangsungkan atau membatalkan transaksinya sesuai dengan syarat dan sebab - sebab tertentu. Khiyar digolongkan menjadi tiga yaitu : 1). Khiyar Majelis adalah pemilihan yang dilakukan dalam majelis akad jual beli. Dimana kedua belah pihak memiliki hak untuk memilih antara meneruskan atau membatalkan jual beli tersebut. 2). Khiyar Syarat adalah hak memilih berdasarkan persyaratan. Pada saat akad jual beli, maka pembeli atau penjual dapat memilih atau meneruskan atau membatalkan proses transaksi jual beli dengan batasan waktu yang ditentukan. Setelah waktu yang ditentukan tiba, maka proses transaksi jual beli itu wajib dipastikan untuk dilanjutkan atau tidak. 3). Khiyar Aib adalah hak pilih karena adanya cacat pada barang. Hal ini untuk memilih, bisa membatalkan atau meneruskan akad jual beli jika ada kecacatan (aib) pada objek atau barang yang diperjual belikan. Hal ini terjadi karena pembeli tidak mengetahui kecacatan pada saat terjadinya akad. Apabila pembeli baru mengetahui adanya kecacatan setelah terpisah dengan penjual, maka pembeli memiliki hak untuk meminta ganti barang kepada penjual yang sesuai dengan perjanjian atau berupa pengembalian uang sesuai dengan kerusakan tersebut.

Berikut adalah dasar hukum mengenai khiyar majelis yang telah diriwayatkan oleh Rasulullah Saw.

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

(meninggalkan) jual belinya, maka jual beli telah terjadi (juga)” (H.R. Bukhari dan Muslim).

Dasar hukum yang digunakan dalam khiyar syarat sesuai dengan sabda Rasulullah Saw.

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

Kasus yang terjadi dalam mlijo malang merupakan kasus yang merugikan konsumen yang disebabkan adanya cacat yang melekat pada produk tersebut. Sehingga kedua belah pihak dapat melakukan khiyar aib dalam transaksi tersebut. Khiyar aib dilakukan karena dalam produk yang dikirimkan pelaku usaha mlijo malang terdapat cacat yang berupa kerusakan produk seperti tempe yang busuk, tahu yang berasa masam, sayuran yang layu dan telur yang pecah.

Pandangan fiqh muamalah, mengenai tanggung jawab pelaku usaha atas kerugian konsumen atau bahaya fisik yang diderita oleh konsumen yang dikarenakan cacat produk maupun penipuan merupakan hal yang tidak dibenarkan, maka pelaku usaha dituntut melakukan ganti rugi. Dalam fiqh muamalah ganti rugi dikategorikan menjadi lima bagian, diantaranya : 1). Ganti rugi karena kerusakan (*Dhaman Itlaf*). 2). Ganti kerugian karena transaksi (*Dhaman 'Aqdin*). 3). Ganti rugi karena perbuatan (*Dhaman Wadh'u Yadin*). 4). Ganti rugi karena penahanan (*Dhaman al-Hailulah*). 5). Ganti rugi karena tipu daya (*Dhaman al-Maghrur*).

Ganti rugi terhadap kerugian yang berhubungan dengan jiwa disebut *jawabir al-dharar al-badaniyah* yang mencakup kehilangan jiwa, kehilangan anggota badan, atau fungsi keduanya. Oleh fuqoha *Jawabir al-dharar al-badaniyah* disebut dengan diyat (ganti rugi pembunuhan), *ursy al-muqaddarah wa gairu al-muqaddarah* (denda luka yang sudah ditetapkan dalam nash). Ganti rugi model ini sering disebut *hukumatu'adl* karena ukuran kualitas diserahkan kepada otoritas peradilan yang adil²³. Adapun ganti rugi yang berkaitan dengan harta (*Jawabir al-darar al-maliyah*) seperti perampasan, perusakan terhadap barang atau manfaatnya mencakup dua hal yaitu : 1). *Jawabir naqdiyah* yaitu ganti rugi dengan mengembalikan nilai jual barang (*al-qimah*). 2). *Jawabir 'ainiyah*, yaitu ganti rugi dengan mengembalikan barang itu sendiri, atau menggantinya dengan barang yang sama dalam kasus-kasus perampasan dan penguasaan terhadap harta orang lain secara tidak legal.

Tanggung jawab pelaku usaha atas kerugian konsumen jika ditinjau dari fiqh muamalah digolongkan kedalam *Dhaman Itlaf* (Ganti rugi kerusakan). Hal ini disebabkan karena kerugian yang dialami oleh konsumen berupa produk yang kualitasnya buruk (rusak). Seperti halnya tempe yang busuk, tahu yang rasanya masam, sayuran yang layu dan telur yang rusak. Kemudian bentuk ganti rugi atas tanggung

²³Jaya Miharja, “ Konsep Ganti Rugi Perspektif Hukum Islam,” *Muamalat*, no. 2(2016), 144-145
<https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/muamalat/article/download/1997/1036/4264>

jawab tersebut dikategorikan kedalam *Jawabir naqdiyah*, hal ini karena dalam melakukakn ganti rugi mlijo malang melakukan dalam bentuk pengembalian dana atau mengembalikan nilai jual barang yang mengalami kerusakan tersebut. *Jawabir naqdiyah* lebih efektif dilakukan oleh pelaku usaha mlijo malang untuk mengurangi menanggung kerugian yang lebih besar lagi. Jika pengembalian barang dalam wujud *jawabir 'ainiyah*, hal ini karena pengembalian *jawabir 'ainiyah* memerlukan biaya ongkos kirim yang dibebankan kepada pelaku usaha, sehingga ganti rugi *jawabir naqdiyah* pilih untuk menekan ganti rugi yang lebih besar.

Kesimpulan

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

Tanggung jawab pelaku usaha mlijo.malang perspektif fiqh muamalah digolongkan bentuk *Dhaman Itlaf* (ganti rugi karena kerusakan). Ganti rugi yang dilakukan oleh pelaku usaha mlijo.malang dalam bentuk pengembalian dana ini diperbolehkan dan tergolongkan *jawabir naqdiyah* yaitu berupa ganti rugi dengan mengembalikan nilai jual barang (*al-qimah*).

Daftar Pustaka

Al-Qur'an

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

Baskoro, Dinno “Barang Palsu di Marketplace Jadi Keluhan Pembeli,” *Kompas*, 23 Februari 2022, diakses pada 31 Mei 2023,

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

Cori, Catarina, Tresia. “Analisis Strategi *One Stop Shopping* dalam memenuhi kepuasan pelanggan summarcon Mall Bekasi,” *Cidea*, no.1 (2022) :3, <https://jurnal2.untagsmg.ac.id/index.php/cidea/article/view/76>

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

<https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/muamalat/article/download/1997/1036/4264>
<https://lifestyle.kompas.com/read/2022/02/23/153355020/barang-palsu-di-marketplace-jadi-keluhan-pembeli>

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

Kristiyani, Celina Tri Siwi Kristiyani. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta:Sinar Grafika, 2011.

KUHPerduta

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

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

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

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

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

Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum*. Mataram: Mataram University Press, 2020.

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

Shidarta. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: PT Grasindo, 2006.

Soemitra, Andri. *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah*. Jakarta: Kencana, 2019.

Sudarti, Sri. *Fiqh Muamalah Kontemporer*. Sumatra Utara:FEBI UIN-SU Press, 2018.

Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik

Undang-Undang No.14 Tahun 2014 tentang Perdagangan

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen