

## **BAB II**

### **TINJAUAN UMUM TENTANG TANGGAL KADALUWARSA PADA PRODUK MAKANAN**

#### **A. Pengertian tanggal kadaluwarsa**

##### **1. Tanggal kadaluwarsa dalam Hukum Positif**

Kadaluwarsa dalam kamus bahasa Indonesia adalah pakaian, kendaraan dan sebagainya tidak model lagi ketinggalan zaman lewat tempo (jangka waktu) sudah habis masa berlakunya, sudah lewat dari batas waktu yang di tentukan seperti makanan, minuman dan sebagainya. Kadaluwarsa memiliki arti sudah lewat atau habisnya jangka waktu sebagaimana yang telah ditetapkan dan apabila dikonsumsi akan membahayakan kesehatan yang mengkonsumsinya. Masa kadaluwarsa suatu produk (tanggal, bulan, dan tahun) dicantumkan pada label makanan dimaksudkan agar konsumen mendapatkan informasi yang jelas mengenai produk yang dibelinya atau dikonsumsi<sup>1</sup>.

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

Larangan terhadap produk kadaluwarsa di atur dalam Pasal 8 ayat (1) huruf g Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pada bagian perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha

---

<sup>1</sup>Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum perlindungan Konsumen*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo, 2004), hlm. 77

dinyatakan jelas bahwa pelaku usaha dilarang untuk tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/ pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu. Dari segi konsumen, dalam Pasal 4 huruf a disebutkan bahwa konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi suatu barang yang dikaitkan apabila suatu makanan kemasan tanpa tanggal kadaluarsa dapat membahayakan kesehatan konsumen dan pada Pasal 4 huruf c juga disebutkan bahwa konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang yang dikaitkan dengan pencantuman tanggal kadaluarsa sebagai informasi dari kondisi terbaik suatu makanan kemasan.

Beberapa istilah harus diketahui jika membeli suatu produk untuk mengetahui kelayakan dari produk tersebut, antara lain yaitu<sup>2</sup>:

a. Baik digunakan Sebelum (*best before*)

Baik digunakan sebelum memiliki makna bahwa pangan sebaiknya dikonsumsi sebelum tanggal yang tercantum, karena tanggal tersebut merupakan batas optimal produsen dapat menjamin kelayakan produk untuk dikonsumsi.

b. Gunakan Sebelum (*use by or expiry date*)

Gunakan Sebelum memiliki makna bahwa produk harus dikonsumsi maksimal pada tanggal yang tercantum. Tanggal yang tercantum merupakan batas maksimal produsen dapat menjamin bahwa produk tersebut belum rusak dan masih layak untuk dikonsumsi. Setelah tanggal tersebut, diduga kualitas produk sudah tidak dapat diterima oleh konsumen. Kalimat “Gunakan Sebelum” umumnya dicantumkan pada produk-produk yang mudah rusak dan umur simpannya pendek, seperti produk-produk susu (segar dan cair) daging dan sayur-mayur.

---

<sup>2</sup>Risa Mayasari, “Produk Home Industry Tanpa Tanggal Kadaluwarsa Implikasinya Terhadap Perilaku Ekonomi Dan Perlindungan Konsumen (Studi Home Industry Kecamatan Sekincau Kecamatan Lampung Barat)”, Skripsi Tidak Diterbitkan, Lampung Barat: 2017, Hlm. 50

c. Batas Sebelum Penarikan (*pull date*)

Batas Sebelum Penarikan merupakan cara lain untuk memberikan informasi mengenai gunakan sebelum. Kalimat batas waktu sebelum penarikan menandakan tanggal terakhir yang di anjurkan bagi konsumen untuk membeli produk tersebut sehingga masih mempunyai waktu untuk mengkonsumsi tanpa produk tersebut mulai mengalami kerusakan. Setelah tanggal tersebut, suatu produk akan ditarik dari pengecer dan toko-toko karena di anggap mutu nya akan segera menurun dan jika tidak ditarik akan menimbulkan kerugian bagi konsumen.

d. Tanggal dikemas (*pack date*)

Tanggal dikemas merupakan informasi yang berupa tanggal pada saat produk dikemas, baik pengemasan oleh produsen maupun pengecer, contohnya pada produk minyak sayur curah atau buah potong dalam kemasan yang dijual di supermarket.

e. Tanggal Masuk Toko (*sell by date*)

Tanggal Masuk Toko merupakan informasi yang berupa tanggal pada saat produk memasuki gudang penyimpanan di toko atau tempat penjualan.

f. Tanggal Pemanjangan (*display date*)

Tanggal Pemanjang merupakan informasi yang berupa tanggal pada produk mulai di perpanjang di rak-rak atau display toko atau tempat penjualan.

Berdasarkan beberapa hal tersebut dapat di ambil kesimpulan bahwa pengertian tanggal kadaluwarsa adalah batas waktu penggunaan yang paling baik dari suatu produk untuk digunakan atau konsumsi agar konsumen tidak mengalami kerugian serta tidak menjadi efek buruk terhadap kesehatan konsumen.

## 2. Pengertian Tanggal Kadaluwarsa dalam Hukum Syariah

Dalam Islam mengenai tanggal kadaluwarsa tidak diatur secara khusus, akan tetapi dalam hukum Islam Allah SWT memerintahkan umat Islam agar mengonsumsi makanan yang baik dan halal, sebagaimana firman Allah SWT. dalam surah Al-Baqarah ayat 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya : *“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu<sup>3</sup>”*. (Al-Baqarah: 168).

Dalam ayat tersebut Allah SWT telah menjelaskan bahwasanya tiada sembah yang hak kecuali Dia dan bahwasanya Dia sendiri yang menciptakan seluruh makhluk dan memberi mereka rezeki. Dalam hal pemberian nikmat, Dia menyebutkan bahwa Dia telah membolehkan manusia untuk memakan segala yang ada di muka bumi, yaitu makan yang halal, baik, dan bermanfaat bagi dirinya serta tidak membahayakan bagi tubuh dan akal pikiran. Dan Dia juga melarang mereka mengikuti langkah-langkah syetan<sup>4</sup>. Makanan yang halal dan baik yang di maksud adalah halal dari cara memperolehnya dan makanan tersebut terbuat dari bahan yang halal, tidak mengandung unsur-unsur yang diharamkan. Walaupun dalam ajaran Islam tidak diatur secara khusus mengenai hal-hal yang berkaitan dengan penetapan batas kadaluwarsa, namun secara historis terdapat praktik yang mengisyaratkan perlindungan konsumen.

Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa segala hal yang di produksi mengarahkan pada kezaliman salah satu pihak maka hal tersebut sangat tidak di anjurkan. Sangat perlu diperhatikan juga mengenai larangan

---

<sup>3</sup>Al-Qur'an dan Terjemahannya, Surah Al-Baqarah: 168, (Jakarta: Pustaka Al-Mubin, 2013), Hlm. 25

<sup>4</sup><https://tafsirweb.com/650-surat-al-baqarah-ayat-168.html> (diakses tanggal 19 April 2019 pukul 14:00 WIB)

memproduksi dan memperdagangkan produk yang tercela dan tidak jelas kelayakannya karena bertentangan dengan *syari'ah*.

## **B. Pengertian Produk Usaha Rumahan**

### **1. Pengertian Produk dalam Hukum Positif**

Pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dijelaskan bahwa kata produk memiliki arti sebagai suatu barang yang dibuat dan ditambahkan kegunaannya atau nilainya dalam proses produksi dan menjadi hasil akhir dari proses produksi itu<sup>5</sup>.

Produk secara umum adalah segala sesuatu yang dapat di tawarkan kepada pasar untuk memenuhi suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide. Produk yaitu setiap apa saja yang bisa ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian konsumen yang dapat memenuhi kebutuhan<sup>6</sup>.

Pengertian produk menurut Philip Kotler adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan, atau dikonsumsi, sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Produk merupakan sesuatu, baik berupa barang maupun jasa yang ditawarkan ke konsumen agar diperhatikan dan dibeli oleh konsumen<sup>7</sup>.

Pengembangan suatu produk atau jasa melibatkan manfaat yang akan ditawarkan oleh produsen mengenai mutu, fitur dan desain. Selain itu untuk menambah nilai suatu produk maka perusahaan dapat memberikan suatu merek pada produk yang akan dijualnya. Untuk menyakinkan konsumen bahwa suatu produk itu berfungsi seperti yang di harapkan, perusahaan biasanya memberikan garansi serta pencantuman atas tahan lamanya suatu

---

<sup>5</sup>Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online, <http://kbbi.web.id/produsen> (diakses pada tanggal 19 April 2019 Pukul 15:00 WIB)

<sup>6</sup>Murti Sumarni Dan John Soeprihanto, *Pengantar Bisnis Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan*, (Yogyakarta: Liberty, 2003), hlm. 274

<sup>7</sup>Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2013), hlm. 189

produk. Segala sesuatu hal yang berkaitan dengan produk merupakan salah satu bagian dari strategi pemasaran<sup>8</sup>.

Berdasarkan hal tersebut dapat di ambil kesimpulan bahwa produk adalah barang atau jasa yang di tawarkan ke pasar untuk di perjual-belikan demi memenuhi suatu keinginan atau kebutuhan konsumen.

## **2. Pengertian Usaha Rumahan dalam Hukum Positif**

Usaha adalah suatu yang menghasilkan dan menjual produk atau jasa yang dibutuhkan konsumen pada tingkat keuntungan tertentu. Sedangkan Usaha rumahan adalah usaha yang kita lakukan dengan berbasis di rumah, bisnis rumahan sebenarnya membutuhkan waktu yang banyak untuk mengembangkannya. Usaha rumahan ini juga sering dikatakan rumah usaha produk barang atau jasa perusahaan kecil, dikatakan sebagai perusahaan kecil karena jenis kegiatan ekonomi ini di pusatkan dirumah<sup>9</sup>.

Berdasarkan hal tersebut dapat di simpulkan bahwa Usaha Rumahan adalah tempat memproduksi barang atau jasa yang segala sesuatu nya dipusatkan di rumah dan di kembangkan dengan cara tertentu untuk menarik konsumen.

## **C. Pengertian Konsumen dan Pelaku Usaha**

### **1. Konsumen menurut dalam Positif**

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Konsumen bisa orang-perorangan atau sekelompok masyarakat maupun makhluk hidup lain yang membutuhkan barang dan/atau jasa untuk di konsumsi oleh yang bersangkutan<sup>10</sup>.

---

<sup>8</sup>Pandji Anorago, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), hlm. 231

<sup>9</sup><https://www.apaarti.com/usaha-rumahan.html> (diakses pada tanggal 19 April 2019 pukul 15:40 WIB)

<sup>10</sup>Zaeni Asyhadie, *Hukum Bisnis*, (Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada, 2016), hlm. 194

Berdasarkan hal tersebut dapat di simpulkan bahwa Konsumen adalah orang perseorangan yang memakai atau membeli suatu produk untuk digunakan tidak untuk di perdagangkan.

## **2. Pelaku Usaha dalam Hukum Positif**

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 sama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang Ekonomi<sup>11</sup>.

Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa Pelaku Usaha adalah perseorangan atau badan usaha baik berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang memproduksi suatu produk untuk dijual dipasaran melalui perjanjian tertentu.

## **D. Perkembangan Perlindungan Konsumen di Indonesia**

### **1. Sejarah lahir nya UU Perlindungan Konsumen**

Hukum Perlindungan Konsumen mendapat cukup perhatian karena menyangkut aturan-aturan guna mensejahterakan masyarakat, bukan saja masyarakat selaku konsumen yang mendapat perlindungan namun juga pelaku usaha yang memiliki hak sama untuk mendapatkan perlindungan, dan masing-masing memiliki hak dan kewajiban. Perhatian terhadap perlindungan konsumen, terutama di Amerika (1960-1970) mengalami perkembangan yang sangat signifikan dan menjadi objek kajian bidang ekonomi, sosial, politik, dan hukum. Bahkan pada era tahun-tahun tersebut berhasil diundangkan banyak peraturan dan dijatuhkan putusan-putusan hakim yang memperkuat kedudukan konsumen. Di Indonesia sendiri gerakan perlindungan konsumen sama besarnya dengan gerakan yang berada di Amerika Serikat. YLKI secara populer dipandang sebagai perintis

---

<sup>11</sup>Zaeni Asyhadie, *Hukum Bisnis*, hlm. 196

advokasi konsumen di Indonesia yang berdiri pada kurun waktu, yakni 11 Mei 1973, gerakan di Indonesia termasuk cukup responsif terhadap keadaan, bahkan mendahului Resolusi Dewan Ekonomi dan Sosial PBB (ECOSOC) No. 2111 Tahun 1987 tentang perlindungan konsumen<sup>12</sup>.

Secara Umum, sejarah gerakan perlindungan konsumen dapat dibagi dalam empat tahapan<sup>13</sup>:

a. Tahapan I (1881-1914)

Kurun waktu ini titik awal munculnya keasadaran masyarakat untuk melakukan gerakan perlindungan konsumen. Pemicunya, histeria massal akibat novel karya Upton Sinclair berjudul *The Jungle*, yang menggambarkan cara kerja pabrik pengolahan daging Amerika Serikat yang sangat tidak memenuhi syarat-syarat kesehatan.

b. Tahapan II (1920-1940)

Pada kurun waktu ini muncul pula buku yang berjudul *Your Money's Worth* karya Chase dan Schlink. Karya ini mampu menggugah konsumen atas hak-hak mereka dalam jual beli. Pada kurun waktu ini muncul slogan *fair deal, best buy*.

c. Tahapan III (1950-1960)

Pada dekade 1950-an ini muncul keinginan untuk mempersatukan gerakan perlindungan konsumen dalam lingkup internasional. Dengan diprakarsa oleh wakil-wakil gerakan konsumen dari Amerika Serikat, Inggris, Belanda, Australia, dan Belgia. Pada 1 April 1960 berdirilah *Internasional Organization Of Consumer Union*. Semula organisasi ini berpusat di Den Haag, Belanda, lalu pindah ke London Inggris, pada 1993. Dua tahun

---

<sup>12</sup>Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta : Sinar Grafika, 2018), Hlm. 1

<sup>13</sup>Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Hlm. 2

kemudian IOCU mengubah namanya menjadi *Consumen Internasional (CI)*.

d. Tahapan IV (pasca-1965)

Pasca 1965 sebagaimana masa pematapan gerakan perlindungan konsumen, baik di tingkat regional maupun Internasional. Sampai saat ini dibentuk lima kantor regional, yakni Amerika Latin dan Karibia berpusat di Cile, Asia Pasifik berpusat di Malaysia, Afrika berpusat di Zimbabwe, Eropa Timur dan Tengah berpusat di Inggris dan negara-negara maju juga berpusat di London, Inggris.

## 2. Hak Konsumen dan pelaku usaha dalam Hukum positif

Masing-masing konsumen mempunyai hak dan kewajiban. Hak konsumen sebagaimana dikemukakan dalam pasal 4 Undang-Undang perlindungan konsumen adalah<sup>14</sup>:

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

---

<sup>14</sup>Undang-Undang Republik Indonesia, Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen , pada Pasal 4

Selain hak-hak yang disebutkan itu, ada juga hak untuk dilindungi dari akibat negatif persaingan curang. Hal ini berangkat dari pertimbangan, kegiatan bisnis yang dilakukan pengusaha sering dilakukan tidak secara jujur, yang dalam hukum dikenal dengan terminologi “persaingan bisnis”. Kendati demikian, kompetisi tidak sehat diantar mereka pada jangka panjang pasti berdampak negatif bagi konsumen karena pihak yang dijadikan sasaran rebutan adalah konsumen itu sendiri<sup>15</sup>.

Sementara itu hal dari pelaku usaha atau pelaku bisnis dalam kaitannya dengan perlindungan konsumen yang tersebut dalam pasal 6 Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah sebagai berikut<sup>16</sup>:

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/jasa yang diperdagangkan
- b. Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindak konsumen yang teritikad tidak baik
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan Undang-Undang lainnya.

Berdasarkan hal tersebut dapat diuraikan bahwa baik hak konsumen ataupun pelaku usaha sama-sama memiliki hak untuk dilindungi dari akibat yang kurang baik dalam bisnis jual beli agar tidak saling merugikan dan dirugikan.

### **3. Kewajiban konsumen dan pelaku usaha dalam Hukum Positif**

Kewajiban konsumen diatur dalam Undang-Undang perlindungan konsumen pasal 5, adalah sebagai berikut<sup>17</sup>:

---

<sup>15</sup>Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Hlm. 32

<sup>16</sup>Undang-Undang Republik Indonesia, Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, pada Pasal 6

<sup>17</sup>Undang-Undang Republik Indonesia, Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, pada Pasal 5

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

Sementara itu kewajiban pelaku usaha untuk beritikad baik dimulai sejak barang dirancang/diproduksi sampai pada tahap penjualan. Kewajiban bagi pelaku usaha juga diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen pada pasal 7, sebagai berikut<sup>18</sup>:

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/jas serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku
- e. Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau yang diperdagangkan
- f. Memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan
- g. Memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Sedangkan Menurut Celina Tri Siwi Kristiyanti, kewajiban pelaku usaha yaitu: “Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan, disebabkan karena informasi disamping merupakan hak konsumen, juga karena ketiadaan informasi yang tidak

---

<sup>18</sup>Undang-Undang Republik Indonesia, Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, pada Pasal 7

memadai dari pelaku usaha merupakan salah satu jenis cacat produk (cacat informasi), yang akan sangat merugikan konsumen”<sup>19</sup>.

Berdasarkan hal tersebut dapat di simpulkan bahwa Dalam Undang Undang Perlindungan Konsumen tampaknya iktikad baik lebih ditekankan kepada konsumen dan pelaku usaha, karena meliputi semua tahapan dalam melakukan kegiatan usahanya.

#### **4. Dasar Penerapan Tanggal Kadaluwarsa dalam Perlindungan Konsumen**

Untuk perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha yang berkaitan dengan perlindungan hukum bagi konsumen terhadap produk usaha rumahan yang tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa adalah mengenai perbuatannya dalam Pasal 8 Ayat (1) huruf (g) Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang berbunyi Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu.

Maksud dari Pasal tersebut adalah perbuatan pelaku usaha yang tidak menerapkan pencantumkan tanggal kadaluwarsa sebagaimana standar yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Keterbatasan kemampuan produsen serta kurangnya kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya menerapkan pencantuman tanggal kadaluwarsa pada produk yang akan di produksi merupakan kendala yang mendasar. Oleh karena itu, melalui hukum perlindungan konsumen Pemerintah mengupayakan berbagai cara agar pelaku usaha bisa lebih meningkatkan tentang hal-hal yang berkaitan dengan konsumen.

Mengenai ketentuan sanksi administratif dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen diatur dalam Pasal 60. Sedangkan untuk sanksi

---

<sup>19</sup>Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Hlm. 44

pidana terdapat dalam Pasal 61 sampai dengan Pasal 63 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Penentuan kualitas suatu produk dapat diukur, salah satunya dengan cara mengamati waktu kadaluwarsa yang dicantumkan oleh para produsen pada label kemasan produknya. Namun label kadaluwarsa yang dicantumkan bukan merupakan batasan mutlak suatu produk dapat digunakan. Pembatasan waktu yang dilakukan oleh para produsen berdasarkan hasil studi yang dilakukan. Ada produk yang setelah sampai masa kadaluwarsanya, produk tersebut tidak dapat digunakan lagi, namun ada sebagian produk yang walaupun telah melewati masa kadaluwarsa yang telah ditentukan namun produk tersebut masih layak untuk dikonsumsi.

Bagi produsen masalah penetapan tanggal kadaluwarsa terletak pada peraturan serta aspek teknologi apa yang perlu diperhatikan dalam menetapkan tanggal kadaluwarsa, sedangkan bagi konsumen merasa aman dan nyaman karena mendapatkan pelayanan serta informasi yang jelas terhadap produk yang dikonsumsi. Maka dari itu tanggal kadaluwarsa memang bukan batasan mutlak suatu produk dapat digunakan akan tetapi tanggal kadaluwarsa memiliki peran penting terhadap proses perdagangan agar konsumen dan pelaku usaha tidak merasa dirugikan.

## **E. Perlindungan Konsumen dalam Hukum Syariah**

### **1. Sejarah Perlindungan Konsumen dalam Syariah**

Secara historis, sejarah perlindungan konsumen dalam Islam sudah dimulai sejak Nabi Muhammad SAW belum diangkat menjadi Rasul, beliau membawa barang dagangan Khadijah binti Khuwailid dengan mendapatkan imbalan atau upah. Sekalipun tidak banyak literatur yang berbicara tentang aspek perlindungan konsumen ketika itu, namun prinsip-prinsip perlindungan konsumen dapat ditemukan dari praktik-praktek bisnis yang dilakukan oleh Rasulullah SAW. Kejujuran, keadilan dan integritas

Rasulullah tidak diragukan lagi oleh penduduk Mekkah, sehingga potensi tersebut meningkatkan reputasi dan kemampuannya dalam berbisnis<sup>20</sup>.

Setelah Muhammad SAW diangkat menjadi Rasul, konsumen mendapatkan perhatian yang cukup besar dalam ajaran Islam, baik dalam Al-Qur'an maupun Hadits. Bisnis yang adil dan jujur menurut Al-Qur'an adalah bisnis yang tidak menzalimi dan tidak pula dizalimi.

Allah SWT berfirman dalam Surah Al-Baqarah ayat 279 yang Artinya : *“Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya<sup>21</sup>”*. (Al-Baqarah: 279).

Sepintas ayat ini memang berbicara tentang riba, tetapi secara implisit mengandung pesan-pesan perlindungan konsumen. Di akhir ayat disebutkan tidak menganiaya dan tidak dianiaya (tidak menzalimi dan tidak pula dizalimi). Dalam konteks bisnis, potongan pada akhir ayat tersebut mengandung perintah perlindungan konsumen, bahwa antara pelaku usaha dan konsumen dilarang untuk saling menzalimi atau merugikan satu dengan yang lainnya. Hal ini berkaitan dengan hak-hak konsumen dan juga hak-hak pelaku usaha (produsen). Konsep bisnis dalam Islam harus dilandasi oleh nilai-nilai dan etika yang menjunjung tinggi kejujuran dan keadilan<sup>22</sup>.

Setelah Rasulullah SAW hijrah dari Mekkah ke Madinah, beliau sebagai pemimpin agama dan sekaligus sebagai pemimpin negara, praktek bisnis yang tidak adil dan mengarah pada kezaliman dilarang dan dihapuskan. Seperti penahanan stok, spekulasi, kolusi oligarki, pembatalan informasi penting tentang produk, penjualan dengan sumpah palsu, atau

---

<sup>20</sup>Jusmaliani dkk, *Bisnis berbasis syariah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), Hlm.

<sup>21</sup>Al-Qur'an dan Terjemahannya, Surah Al-Baqarah: 279), (Jakarta: Pustaka Al-Mubin, 2013), Hlm. 47

<sup>22</sup>Zulham, *Hukum perlindungan konsumen*,( Jakarta: kencana, 2013), Hlm. 41

informasi menyesatkan<sup>23</sup>. Dari uraian tersebut dapat di buktikan, bahwa sebelum bangsa Barat dan dunia modern mengenal perlindungan konsumen, Islam telah mengimplementasikan nilai-nilai dan prinsip-prinsip perlindungan konsumen tersebut dalam tataran praktis.

## **2. Dasar Hukum Perlindungan Konsumen dalam Syariah**

Perlindungan 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.

Sebagaimana Firman Allah dalam Surah Ash- Shaf ayat 10-11 yang Artinya : “10. *Hai orang-orang yang beriman, sukakah kamu Aku tunjukkan suatu perniagaan yang dapat menyelamatkan kamu dari azab yang pedih? 11. (Yaitu) kamu beriman kepada Allah dan Rasul-Nya dan berjihad di jalan Allah dengan harta dan jiwamu. Itulah yang lebih baik bagimu jika kamu mengetahuinya*<sup>24</sup>”. (Ash-Shaf: 1-10).

Dalam ayat ini Allah mendorong kaum muslimin agar melakukan amal sholeh dengan menyatakan. Wahau orang-orang yang beriman kepada Allah dan Rasul yang diutus-nya, apakah kamu sekalian mau aku tunjukan suatu pandangan yang bermanfaat dan pasti mendatangkan keuntungan yang berlipat ganda dan keuntungan yang kekal atau melepaskan kamu dari api neraka. Ungkapan itu memberikan pengertian kepada kaum muslimin agar mereka suka memperhatikan dan melaksanakan perdagangan yang di maksu oleh Allah SWT, jika mereka menginginkan kebahagiaan di hidup dunia dan di akhirat.

---

<sup>23</sup>Zulham, *Hukum perlindungan konsumen*, Hlm. 41-42

<sup>24</sup>Al-Qur'an dan Terjemahannya, Surah Ash-Shaf: 1-10, (Jakarta: Pustaka Al-Mubin, 2013), Hlm. 552

### 3. Hak dan kewajiban Konsumen dalam Syariah

Menurut hukum Islam ada enam hak konsumen yang membutuhkan perhatian serius dari pelaku usaha, yaitu<sup>25</sup>:

- a. Hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jujur, adil, dan terhindar dari pemalsuan
- b. Hak untuk mendapatkan keamanan produk dan lingkungan sehat
- c. Hak untuk mendapatkan advokasi dan penyelesaian sengketa
- d. Hak untuk mendapatkan perlindungan dari penyalahgunaan keadaan
- e. Hak untuk mendapatkan ganti rugi akibat negatif dari suatu produk
- f. Hak untuk memilih dan memperoleh nilai tukar yang wajar

Dalam Islam, kerugian atau bahaya fisik yang diderita oleh konsumen karena cacat produk atau penipuan adalah perbuatan yang tidak dibenarkan, oleh karena itu pelaku usaha/produsen harus bertanggung jawab atas perbuatannya itu. Dan juga salah satu hak konsumen dalam Islam adalah hak untuk memilih yang dikenal dengan istilah *khiyar*. Melalui hak *khiyar* ini, Islam memberikan ruang yang cukup luas bagi konsumen dan produsen untuk mempertahankan hak-hak mereka dalam perdagangan apakah melanjutkan *aqad* terhadap transaksi bisnis atau tidak.

Sebagaimana firman Allah dalam surah Al-Maidah ayat 87:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْرُمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ  
الْمُعْتَدِينَ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu

---

<sup>25</sup>Muhammad & Alimin, *Etika & Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: BPFE, 2004), Hlm. 195-234

*melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas*<sup>26</sup>” . (Al-Maidah: 87).

Pada Ayat ini diturunkan berkenaan dengan beberapa orang sahabat yang keliru dalam memahami dan melaksanakan ajaran-ajaran agama Islam. Mereka mengira, bahwa untuk mendekatkan diri kepada Allah swt. harus melepaskan diri dari segala macam kenikmatan duniawi, karena mereka berpendapat, bahwa kenikmatan itu hanya akan melalaikan mereka beribadat kepada Allah. Padahal Allah swt. telah menciptakan dan menyediakan di muka bumi ini barang-barang yang baik, yang dihalalkan-Nya untuk mereka. Dan di samping itu, Dia telah menjelaskan pula apa-apa yang diharamkan-Nya

Mengenai kewajiban-kewajiban konsumen dalam Islam tidak dijelaskan secara spesifik, namun demikian sebagai bentuk keseimbangan dan keadilan dapat menjelaskannya sebagai berikut<sup>27</sup>:

- a. Beritikad baik dalam melakukan transaksi barang dan/atau jasa
- b. Mencari informasi dalam berbagai aspek dari suatu barang dan/atau jasa yang akan dibeli atau digunakan
- c. Membayar sesuai dengan harga atau nilai yang telah disepakati dan dilandasi rasa saling rela merelakan (taradhin), yang terealisasi dengan adanya ijab dan qabul (sighah)
- d. Mengikuti prosedur penyelesaian sengketa yang terkait dengan perlindungan konsumen.

Kewajiban-kewajiban konsumen seperti yang diatur pada Pasal 5 tidak dijelaskan secara spesifik dalam hukum Islam, tetapi bila melihat tujuan pengaturan itu untuk kemaslahatan konsumen dan pelaku usaha,

---

<sup>26</sup>Al-Qur'an dan Terjemahannya, Surah Al-Maidah: 87, (Jakarta: Pustaka Al-Mubin, 2013), Hlm. 61

<sup>27</sup>M. Yusri, *Kajian Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam*, e-Journal. umm. ac. id, Diakses Tanggal 26 April 2019, Pukul 15.00

maka pengaturan itu sesuai dengan hukum Islam dan *maqashid al-syari'ah*, yaitu untuk mewujudkan *mashlahah* (kebaikan).

Dari pembahasan tersebut dapat diuraikan bahwa hak dan kewajiban konsumen dalam Hukum Positif dan Hukum Syariah memiliki banyak kesamaan, hak dan kewajiban yang di atur dalam Hukum Positif sesuai dengan Hukum Syariah karena semua hal tersebut prinsipnya untuk kebaikan konsumen.

#### **4. Perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha dalam Syariah**

Untuk menjaga keseimbangan dan memberikan keadilan kepada para pelaku bisnis dalam melakukan transaksi, Islam melarang beberapa bentuk transaksi yang sangat dibenci oleh Rasulullah SAW, yaitu<sup>28</sup> :

a. Talaqqi rukban

Talaqqi rukban adalah mencegah pedagang yang membawa barang dari tempat produksi sebelum sampai ke pasar. Rasulullah SAW memerintahkan agar suplay barang dibawa langsung ke pasar, sehingga penjual dan pembeli dapat mengambil manfaat dari adanya harga yang alamiah. Mencegah masuknya pedagang ke pasar kota dapat menimbulkan pasar yang tidak kompotitif, oleh sebab itu Rasulullah SAW melarang dengan sabdanya:

*“Janganlah cegat barang dagangan (sebelum tiba di pasar). Barangsiapa mencegatnya lalu membeli darinya, maka apabila si pemilik barang (penjual) telah sampai di pasar, ia memiliki hak khiyar (menetapkan jual beli).” (HR. Bukhari dan Muslim ).*

b. Melipat gandakan harga

Menurut Imam Ghazali, dilarang melipat gandakan harga dari kebiasaan yang berlaku. Pada dasarnya melipat gandakan harga itu dibolehkan dengan syarat tidak menyembunyikan kebenaran, karena

---

<sup>28</sup>Nurhalis, *Perlindungan Konsumen Dalam Prespektif Islam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999*, e-Journal. Ius. Ac. Id, Diakses Tanggal 29 April 2019, Pukul 11.00

aktivitas bisnis untuk mendapatkan keuntungan. Menurut sebagian ulama, jika kelipatannya itu melebihi dari 1/3 maka hukumnya wajib atau dituntut adanya hak khiyar (pilih) melanjutkan transaksi atau sebaliknya membatalkannya.

c. Perdagangan yang menipu (*bai'al gharar*)

Islam sangat menentang segala bentuk penipuan, untuk itu Islam menuntut suatu perdagangan dilakukan dengan jujur, adil, dan amanah. Rasulullah SAW bersabda:

*"barang siapa yang melakukan penipuan maka dia bukanlah dari golongan kami"*. (HR.At-Tarmidzi).

d. Memperdagangkan barang haram

Produk haram adalah memperdagangkan barang-barang yang telah dilarang dan diharamkan oleh Al-quran dan Sunnah,<sup>42</sup> seperti jual beli babi, anjing, minuman yang memabukkan dan sesuatu yang memiliki unsur sama (memabukkan), darah, bangkai, dan lain-lain yang dapat membawa kemudharatan bagi manusia.

e. Perdagangan secara riba

Riba, adalah pengambilan tambahan dalam transaksi bisnis, baik dalam bentuk jual beli maupun simpan pinjam secara zalim dan menyimpang dari prinsip muamalah yang Islami.

f. Persekongkolan (*bai'al najasy*)

Bai'al najasy, adalah praktik berbisnis di mana seseorang berpura-pura sebagai pembeli yang menawar dengan tawaran tinggi yang disertai dengan pujian kualitas secara tidak wajar, dengan tujuan untuk menaikkan harga barang

g. Penimbunan barang (*Ikhtikaar*)

Ikhtikaar adalah upaya penimbunan barang untuk menunggu naiknya atau melonjaknya harga barang. Islam sangat membenci

dan melarang *ikhtikar*, karena *khtikar* dapat merusak tatanan ekonomi masyarakat dan mengandung kemudharatan bagi manusia. Dalam hadits Rasulullah SAW bersabda:

*“Siapa saja yang melakukan penimbunan barang dengan tujuan merusak harga pasar, sehingga harga naik secara tajam, maka dia telah berbuat salah”.* (HR. Ibnu Majah).

#### h. Monopoli dan persaingan usaha tidak sehat

Monopoli dalam perdagangan/bisnis merupakan ciri khas ekonomi bebas (*liberal economic*) atau sistem ekonomi kapitalis. Sistem ekonomi ini pada prinsipnya tidak menjamin kebebasan berdagang/berbisnis, tetapi membunuh mekanisme kebebasan pasar. Oleh karena itu, Islam mengutuk praktik perdagangan/bisnis semacam ini. Rasulullah SAW bersabda :

*“Barang siapa yang melakukan monopoli, maka ia bersalah (berdosa)”.* (HR. Muslim dan Mu’ammr bin Abdillah).

Salah satu tujuan dari Hukum Positif maupaun Syariah adalah untuk mengangkat harkat dan martabat konsumen. Untuk merealisasikan tujuan ini, hal-hal yang membawa dampak negatif dari pemakaian barang dan/atau jasa harus dihindarkan dari aktivitas perdagangan. Sebagai upaya menghindari akibat negatif pemakaian barang dan/atau jasa tersebut.