

PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PROMO PRODUK MAKANAN YANG MENDEKATI KEDALUWARSA

Ighfirly Hariroh Annaziyah

UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

halloharir09@gmail.com

Suwandi

UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

dr.suwandi61@gmail.com

Abstrak

Berdasarkan observasi peneliti, terdapat promo *bundling* dengan produk makanan yang mendekati waktu kedaluwarsa ditemukan pada toko swalayan sekitar kampus UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Namun ketika menawarkan promo tersebut pelaku usaha tidak menyebutkan bahwa produk yang dijual dengan promo *bundling* karena mendekati kedaluwarsa. Perilaku pelaku usaha yang tidak jujur ini dapat membahayakan konsumennya dan dirinya sendiri. Penelitian ini merupakan yuridis empiris dengan menggunakan pendekatan yuridis sosiologis. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara dan observasi. Jika ditinjau menggunakan Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha telah menyalahi beberapa pasal. Sehingga pelaku usaha dapat diperkarakan oleh konsumen jika terbukti merugikan konsumen dengan pasal 62 UUPK. Sedangkan jika ditinjau menggunakan fiqh muamalah, jual beli dengan promo produk makanan yang mendekati kedaluwarsa dinilai tidak sah. Karena keadaan produk makanan yang mendekati kedaluwarsa merupakan keadaan yang samar dan dapat mendatangkan kemudharatan bagi konsumen. Disamping jual beli dalam penelitian ini, juga terdapat khayar, khayar yang digunakan dalam penelitian ini merupakan khayar majelis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perlindungan konsumen terhadap promo produk makanan yang mendekati kedaluwarsa tidak diperbolehkan. Maka promo produk dengan menggunakan produk makanan yang mendekati kedaluwarsa sebaiknya tidak dilakukan dan produk makanan yang mendekati kedaluwarsa sebaiknya ditarik dari pasaran.

Kata Kunci: Perlindungan Konsumen; Promo Produk; Kedaluwarsa.

Pendahuluan

Berdasarkan observasi peneliti, terdapat promo *bundling* dengan produk makanan yang mendekati waktu kedaluwarsa ditemukan pada toko swalayan dekat kampus UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.¹ Promo *bundling* pertama, ditemukan pada produk roti yang ditawarkan pelaku usaha dengan waktu kedaluwarsa yang kurang dua hari bahkan

¹ Observasi, di toko retail sekitar UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 6 Oktober 2022

sehari sebelumnya. Promo *bundling* kedua, ditemukan pada makanan ringan kentang goreng dengan waktu kedaluwarsa yang kurang dua bulan lagi. Namun ketika menawarkan promo tersebut pelaku usaha tidak menyebutkan bahwa produk yang dijual dengan promo *bundling* karena mendekati kedaluwarsa. Perilaku pelaku usaha yang tidak jujur ini dapat membahayakan konsumennya dan dirinya sendiri.

Bahaya produk yang mendekati kedaluwarsa bagi konsumen ialah ditakutkannya terjadi perubahan komposisi makanan yang dapat merusak Kesehatan. Sedangkan bahaya bagi pelaku usaha ialah pelaku usaha akan dianggap menjual produk yang cacat dan mengesampingkan perlindungan konsumen. Peneliti juga menemukan untuk menjawab persepsi masyarakat bahwa makanan harus diturunkan dari rak pajangan 3 bulan sebelum kedaluwarsa, Dra. Adilah Pababbari, Apt, MM, menjelaskan bahwa yang dilakukan bukan menurunkan tetapi memisahkan agar sistem distribusi jelas sesuai *First in First out*, untuk produk yang masih kondisi baik tetapi sudah kedaluwarsa maka Badan POM tidak memberikan jaminan apabila tetap dikonsumsi, demikian pula produk yang sudah rusak walaupun tanggal kedaluwarsanya masih jauh.² Penjualan produk makanan mendekati kedaluwarsa walau tidak berbahaya namun hal tersebut mempengaruhi keputusan konsumen saat membeli. Karena tak semua konsumen dapat menerima produk makanan dengan kondisi tersebut.

Padahal sebagai pelaku usaha harusnya memerhatikan perlindungan dan kepuasan konsumennya seperti yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) dalam pasal 4, menjelaskan tentang hak-hak konsumen guna mendapatkan kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengonsumsi barang atau jasa. Disamping itu, sebagai konsumen yang memiliki hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur sebagaimana yang dijelaskan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga mengatur tentang perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha serta bentuk promosi yang dilarang.

Jualbeli dalam islam diperbolehkan karena pada dasarnya dalam hal-hal yang bersifat bermanfaat bagi manusia hukumnya boleh. Namun dalam jualbeli (muamalah), diharamkan bagi pelaku usaha yang menjual barang dengan kondisi yang cacat tanpa memberikan penjelasan pada konsumennya. Jualbeli (muamalah) dalam Islam juga mengajarkan mengenai perilaku pelaku usaha dan konsumen yang terjadi ketika bertransaksi, salah satunya khiyar. Khiyar ialah pilihan untuk melanjutkan jualbeli atau membatalkannya, sebab terdapat cacat terhadap barang yang dijual, atau terdapat perjanjian terdapat waktu akad, atau karena sebab yang lain.³ Sehingga tercapainya tujuan diantara keduanya tanpa rasa menyesal karena jualbeli tersebut berdasarkan kerelaan. Perilaku konsumen terhadap promo *bundling* produk makanan yang mendekati kedaluwarsa yang telah dijelaskan sebelumnya dapat dikaji dengan khiyar ini.

² Badan POM, "Persepsi Masyarakat Tentang Kadaluarsa"

(<https://www.pom.go.id/new/view/more/berita/5892/Persepsi-Masyarakat-Tentang-Kadaluarsa.html>, diakses pada 26 November 2022)

³ Akhmad Farroh Hasan, *Fiqh Muamalah dari Klasik Hingga Kontemporer (Teori dan Praktek)*, (Malang: UIN-Maliki Press, 2018) hal. 40

Dalam menunjang penelitian yang dilakukan, selanjutnya terdapat tiga penelitian terdahulu yang mengangkat tema yang serupa. Pertama, penelitian Nurul Fadilah yang berjudul Tinjauan Hukum Islam tentang Jual Beli Makanan dan Minuman Mendekati Masa Kedaluwarsa (Studi Kasus pada Makanan dan Minuman Mendekati Masa Kedaluwarsa) dengan inti penelitian mengenai praktik jual beli makanan dan minuman yang mendekati kedaluwarsa ditinjau dengan hukum islam. Kedua, penelitian Ifa Al Mufida yang berjudul Tinjauan Sadd Al-Dhari'ah dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Terhadap Jual Beli Roti Semi Kedaluwarsa di CV. Surya Global Surabaya dengan inti penelitian menganalisis jual beli roti semi kedaluwarsa menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dan menurut islam menggunakan metode istinbath Sadd Al-Dhari'ah. Ketiga, penelitian Sarti Saputra dan Ikit yang berjudul Analisis Produk Mendekati Kedaluwarsa dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di PT. Nestle Indofood Citrarasa Indonesia) dengan inti penelitian yang mengarah pada analisis hukum islam terhadap penjualan produk yang hampir kedaluwarsa yang dilakukan oleh pelaku usaha.

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini ialah (1) Bagaimana perlindungan konsumen terhadap promo produk makanan yang mendekati kedaluwarsa ditinjau dalam hukum perlindungan konsumen; (2) Bagaimana perlindungan konsumen terhadap promo produk makanan yang mendekati kedaluwarsa ditinjau dalam fiqh muamalah. Penelitian yang diangkat oleh penulis memiliki perbedaan dengan penelinitian terdahulu. Dalam hal ini belum terdapat penelitian terkait dalam mengkaji secara khusus tentang penjualan produk makanan yang mendekati kedaluwarsa dengan menggunakan promo *bundling* serta mengkaji perilaku konsumen terkait jualbeli tersebut menurut khiyar dalam hukum islam.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian Yuridis Empiris. Penelitian yuridis empiris biasa disebut dengan penelitian lapangan, yang dimana mengkaji hukum yang berlaku sesuai dengan keadaan nyata di lapangan dan mendapatkan fakta peristiwa yang diperlukan dari masyarakat. Sehingga pendekatan penelitian menggunakan pendekatan yuridis sosiologis yang bertujuan untuk mempelajari keterkaitan aspek hukum dengan aspek sosial lainnya. Jenis dan sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua macam yaitu data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan secara langsung dari masyarakat dengan wawancara dan observasi. Data sekunder berupa data pelengkap guna bahan pembanding data primer yang didapat baik dari buku, dokumen jurnal penelitian dan lain-lain. Biasanya disebut dengan bahan hukum. Bahan hukum yang diklasifikasikan menjadi tiga jenis, yaitu bahan hukum primer (*primary resource*), bahan hukum sekunder (*secondary resource*) dan bahan hukum tersier (*tertiary resource*).⁴

Bahan hukum primer yaitu bahan hukum utama yang mengikat seperti peraturan perundang-undangan dan keputusan hakim. Penelitian ini menggunakan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sebagai hukum primer. Bahan

⁴ Rahman Amin, *Pengantar Hukum Indonesia*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019), hal.62

hujum sekunder yaitu Bahan hukum sekunder yaitu data penelitian yang digunakan untuk menunjang penjelasan terkait bahan hukum primer. Bahan hukum sekunder dapat menggunakan buku serta tulisan-tulisan hukum berupa skripsi, tesis, disertai dan jurnal hukum yang berisikan tentang perkembangan maupun mengangkat isu-isu hukum terkait dengan bidang tertentu. Bahan hukum tersier yaitu data penelitian yang bersifat melengkapi bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Berupa kamus, website maupun buku atau laporan penelitian non-hukum yang masih relevan dan dipandang perlu untuk menunjang bahan hukum primer dan hukum sekunder. Penelitian memilih lokasi penelitian pada toko swalayan yang tersebar di sekitar kampus serta berada dalam radius 500 Meter dari UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. UIN Maulana Malik Ibrahim Malang sendiri beralamat pada Jl. Gajayana No.50, Dinoyo, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang dengan kode pos 65144.

Hasil dan Pembahasan

Promo Produk Makanan Yang Mendekati Kedaluwarsa

Peneliti menemukan promo *bundling* dengan produk makanan yang mendekati waktu kedaluwarsa.⁵ Promo *bundling* pertama ditemukan pada produk makanan roti yang ditawarkan pelaku usaha dengan waktu kedaluwarsa yang kurang dua hari bahkan sehari sebelumnya. Dan promo kedua, ditemukan pada produk makanan ringan keripik kentang goreng dengan waktu kedaluwarsa yang kurang dua bulan lagi. Peneliti menemukan bahwa ketika pelaku usaha menawarkan promo *bundling* tersebut, pelaku usaha enggan menyebutkan kondisi produk. Dimana kondisi produk promo *bundling* sudah mendekati waktu kedaluwarsa. Perilaku pelaku usaha seperti ini, dinilai tidak jujur sehingga dapat membahayakan konsumennya maupun dirinya sendiri.

Bahaya produk makanan yang mendekati kedaluwarsa bagi konsumen ialah ditakutkannya terjadi perubahan komposisi makanan yang dapat merusak kesehatan. Sedangkan bahaya bagi pelaku usaha ialah pelaku usaha dianggap menjual produk yang cacat dan mengesampingkan perlindungan konsumen. Peneliti juga menemukan bahwa, menjawab persepsi masyarakat bahwa makanan harus diturunkan dari rak pajangan 3 bulan sebelum kadaluarsa, Dra. Adilah Pababbari, Apt,MM menjelaskan bahwa yang dilakukan bukan menurunkan tetapi memisahkan agar sistem distribusi jelas sesuai *First in First out*, untuk produk yang masih kondisi baik tetapi sudah kadaluarsa makan Badan POM tidak memberikan jaminan apabila tetap dikonsumsi, demikian pula produk yang sudah rusak walaupun tanggal kadaluarsanya masih jauh.⁶

Pada saat observasi, peneliti juga menemukan terdapat beberapa konsumen yang sadar akan kondisi waktu kedaluwarsa suatu produk. Dimana ada konsumen yang secara sadar dan langsung mengecek pada bagian waktu kedaluwarsa dan ada juga yang bertanya langsung kepada kasir maupun karyawan yang sedang bertugas mengenai kondisi produk

⁵ Hasil observasi, toko swalayan sekitar UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 6 Oktober 2022

⁶ Badan POM, *Persepsi Masyarakat Tentang Kadaluarsa*, (<https://www.pom.go.id/new/view/more/berita/5892/Persepsi-Masyarakat-Tentang-Kadaluarsa.html>, diakses pada 26 November 2022)

makanan tersebut. Dari observasi itu juga didapati dua tipe konsumen dalam menanggapi promo *bundling* dengan kondisi produk yang hampir kedaluwarsa. Tipe pertama, konsumen yang menolak bahkan membatalkan pembelian produk tersebut. karena lebih suka produk yang masih baru atau jauh dari waktu kedaluwarsa. Bahkan terdapat konsumen yang berkeinginan membeli produk tersebut untuk disimpan terlebih dahulu dalam jangka waktu yang cukup lama. Tipe kedua, konsumen yang menerima dan membeli produk tersebut. Karena produk makanan tersebut akan langsung dikonsumsi maupun disimpan dalam waktu yang singkat.

Selain observasi peneliti juga melakukan wawancara terhadap pelaku usaha. Dalam melaksanakan usahanya, pelaku usaha mengetahui mengenai Perlindungan Konsumen dalam Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tapi tidak memahami secara menyeluruh terkait isi didalamnya. Hal ini juga berpengaruh pada pengetahuan pelaku usaha terkait hak dan kewajiban pelaku usaha serta perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha.

Pelaku usaha juga rutin melakukan promosi penjualan seperti potongan harga maupun promo *bundling*. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan minat konsumen dalam membeli serta meningkatkan penjualan pelaku usaha. Selanjutnya mengenai produk makanan yang mendekati kedaluwarsa.

Ketika pelaku usaha mendapati produk makanan mendekati kedaluwarsa ataupun produk yang mengalami perubahan fisik sebelum kedaluwarsa, maka produk tersebut akan ditarik dari pasaran (dipisahkan) dan kemungkinan akan dikembalikan pada distributor. Terkait promo produk makanan yang mendekati kedaluwarsa, pelaku usaha memberikan keterangan bahwa promo tersebut sangat jarang dilakukan bahkan kalau bisa dihindari karena tidak ingin merugikan konsumen. Namun promo tersebut bisa saja digunakan apabila produk yang mendekati kedaluwarsa dapat dikonsumsi dan habis dalam waktu yang singkat seperti makanan ringan dan roti. Disisi lain, beberapa pelaku usaha belum memahami fiqh muamalah.

Adapun wawancara kepada beberapa konsumen yang mayoritas merupakan mahasiswa dan tujuh diantaranya merupakan warga sekitar. Hasil dari wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa konsumen lebih tertarik melakukan pembelian apabila terdapat promo *bundling*. Disamping itu, waktu kedaluwarsa merupakan hal yang penting bagi konsumen dan memiliki pengaruh pada keputusan pembelian produk tersebut. Mereka juga menyadari akan pentingnya perlindungan konsumen bagi tiap orang. Namun tidak semua konsumen mengetahui dan memahami perlindungan konsumen yang sudah diatur secara khusus dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. Hal itu juga berpengaruh pada tingkat pemahaman mereka pada terkait tujuan dan manfaat perlindungan konsumen serta hak dan kewajiban konsumen. Terkait promo *bundling* produk makanan yang mendekati kedaluwarsa, konsumen akan lebih mempertimbangkan lagi guna melanjutkan transaksi pembelian tersebut. Karena mayoritas konsumen merupakan mahasiswa, sehingga beberapa dari mereka juga memahami terkait fiqh muamalah. Dan beranggapan promo *bundling* produk makanan yang mendekati kedaluwarsa itu diperbolehkan menurut fiqh muamalah.

Perlindungan Konsumen Terhadap Promo Produk Makanan Yang Mendekati Kedaluwarsa Tinjauan Hukum Perlindungan Konsumen

Berdasarkan observasi peneliti promo dengan sistem *bundling* juga diterapkan di beberapa toko retail yang tersebar di sekitar Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Namun promo tersebut digunakan untuk menawarkan produk makanan yang mendekati kedaluwarsa. Promo bundling pertama ditemukan pada produk roti yang ditawarkan pelaku usaha dengan waktu kedaluwarsa yang kurang dua hari bahkan sehari sebelumnya. Promo bundling kedua, ditemukan pada makanan kentang goreng dengan waktu kedaluwarsa yang kurang dua bulan lagi. Namun ketika menawarkan promo tersebut pelaku usaha tidak menyebutkan dengan jujur dan jelas bahwa produk yang dijual dengan promo bundling karena mendekati kedaluwarsa. Hal ini dinilai dapat merugikan konsumen karena ditakutkannya terjadi perubahan komposisi makanan yang dapat merusak Kesehatan ketika dikonsumsi. Disamping itu, promo produk yang mendekati kedaluwarsa juga dapat merugikan pelaku usaha karena tidak jujur ketika menawarkan produk tersebut.

Adapun hak konsumen yang diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang berkaitan dengan penelitian ini, sebagai berikut:

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau 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.
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.

Dapat diketahui pada ayat (a), (b), (c), dan (g) bahwa konsumen memiliki hak untuk memilih produk, mendapatkan informasi produk yang jelas, benar dan jujur, serta dilayani secara jujur agar terpenuhinya kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi suatu produk baik itu barang maupun jasa. Namun berdasarkan observasi dalam penelitian ini, hak konsumen tidak sepenuhnya terpenuhi. Sehingga pelaku usaha dapat dikatakan melakukan perbuatan melawan hukum sebagaimana Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang diciptakan oleh pemerintah.

Hak dan kewajiban selalu berdampingan dan tak dapat dipisahkan. Sama halnya dengan hak dan kewajiban konsumen maupun pelaku usaha didalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK). Adapun kewajiban pelaku usaha yang dijelaskan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 yang berkaitan dengan penelitian ini, sebagai berikut:

- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan 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.

Namun dalam permasalahan ini, pelaku usaha toko swalayan belum memenuhi kewajibannya sebagaimana yang tertera dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Kewajiban pelaku usaha yang tidak dilakukan dengan baik yaitu pada ayat (b), (c), dan (d). Praktiknya pelaku usaha toko swalayan dalam permasalahan ini, mereka hanya menawarkan promo produknya saja tanpa memberikan informasi yang benar dan jujur mengenai kondisi produk yang mendekati kedaluwarsa. Namun ketika pelaku usaha menawarkan produk promo tersebut, mereka juga lalai terhadap ayat (c) Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, dimana pelayanan yang diberikan pelaku usaha tidak jujur dan enggan memberitahukan kondisi produk. Pada ayat (d) pelaku usaha berkewajiban memberikan jaminan mutu produk sesuai ketentuan standar mutu produk yang berlaku. Berdasarkan observasi peneliti, sudah jelas bahwa pelaku usaha toko swalayan dalam penelitian ini, belum sepenuhnya melaksanakan kewajibannya sebagaimana yang telah diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Dimana mereka secara sengaja menjual produk makanan yang mendekati kedaluwarsa dan berkemungkinan mengalami penurunan mutu atau perubahan komposisi produk. Sehingga hal tersebut dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen yang mengonsumsinya.

Adapun Pasal 8 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang mengatur mengenai perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha yang terkait dengan penelitian ini, berikut bunyi Pasal 8⁷:

- (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 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 mutu, tingkatan, komposisi, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut.
 - e. Tidak sesuai tingkatan, komposisi, 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 kedaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu.

⁷ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

- 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 yang 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), ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

Setelah penjelasan dari Pasal 8, dapat diketahui bahwa dalam penelitian ini, pelaku usaha sudah menyalahi aturan tersebut baik dari ayat (1), ayat (2) dan ayat (3). Pelaku usaha toko swalayan menjualkan produk yang mendekati kedaluwarsa, dimana produk tersebut tidak sesuai dengan mutu atau kualitas yang dijamin. Karena adanya penurunan kualitas produk makanan. Serta ketika pelaku usaha menjualkan atau menawarkan produk tersebut, pelaku usaha tidak memberikan informasi yang lengkap dan benar mengenai kondisi produk pada saat itu.

Disamping itu, pelaku usaha toko swalayan dalam permasalahan ini, tidak hanya menjual produk makanan yang mendekati kedaluwarsa dengan begitu saja. Promo *bundling* adalah strategi promosi menambah *value* sebuah produk dengan menjualnya secara paket/bersamaan dengan produk yang lain, namun dengan harga yang lebih murah (bila dihitung per bagian dalam harga normal).⁸ Promo tersebut cukup menarik banyak calon pembeli namun sayangnya promo tersebut malah digunakan untuk menjual produk makanan yang mendekati kedaluwarsa. Adapun didalam Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, mengatur mengenai larangan promosi atau iklan produk yang tidak benar. Hal tersebut diatur dalam Pasal 9 UUPK, Adapun bunyi pasal tersebut:

- (1) Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah:
 - a. Barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu

⁸ Dianta Hasra, *Digital Marketing Black Box: Konsep Dasar, Strategi, dan Implementasi*, (Daerah Istimewa Yogyakarta: PT Kanisius, 2021), hal. 59

- b. Barang tersebut dsalam keadaan baik dan/atau baru
 - c. Barang dan/atau jasa tersebut telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri kerja atau aksesori tertentu
 - d. Barang dan/atau jasa tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan atau afiliasi
 - e. Barang dan/atau jasa tersebut tersedia
 - f. Barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi
 - g. Barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu
 - h. Barang tersebut berasal dari daerah tertentu
 - i. Secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang dan/atau jasa lain
 - j. Menggunakan kata-kata yang berlebihan seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung resiko atau efek sampingan tanpa keterangan yang lengkap
 - k. Menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.
- (2) Barang dan/atau jasa sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilarannng untuk diperdagangkan.
- (3) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap ayat (1) dilarang melanjutkan penawaran, promosi, dan pengiklanan barang dan/atau jasa tersebut.

Dalam penelitian ini, pelaku usaha menawarkan produk yang mendekati kedaluwarsa menggunakan promo *bundling* tanpa memberitahukan keadaan produk tersebut. Sehingga promo *bundling* produk tersebut terlihat seolah-olah dalam keadaan baik. Maka pelaku usaha, pelaku usaha toko swalayan telah menyalahi aturan Pasal 9 UUPK.

Sebelum mengarah pada sanksi yang bisa dijatuhkan pada pelaku usaha terkait permasalahan ini. Jika ditelaah kembali, permasalahan ini bukan sepenuhnya kesalahan pelaku usaha. Terkait informasi produk terutama waktu kedaluwarsa sebenarnya sudah tercantum jelas dalam kemasan ataupun label produk. Karena termasuk kewajiban pelaku usaha (produsen) dalam memberikan informasi produk yang jelas untuk menjamin keselamatan dan keamanan konsumen. Sebagaimana yang telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan dan Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 12 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Pangan Olahan.

Walaupun pelaku usaha (produsen) sudah melakukan kewajibannya sebagaimana dalam aturan-aturan yang sudah disebutkan sebelumnya. Banyak konsumen yang kurang teliti dalam membaca informasi produk yang telah disampaikan salah satunya kedaluwarsa. Maka dari itu, sebaiknya sebagai pelaku usaha toko swalayan, mereka mengingatkan dan memberikan informasi terkait kondisi produk yang mendekati kedaluwarsa. Agar konsumen tidak merasa dirugikan ketika membeli produk tersebut.

Disamping itu, kurangnya pemahaman masyarakat akan makanan dan minuman yang mendekati masa kedaluwarsa. Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan

kepada konsumen, dimana konsumen seringkali lalai dalam membaca informasi produk yang sudah tercantum dalam kemasan. Namun disisi lain, terkadang sebagai pelaku usaha toko swalayan, mereka juga lalai akan menyampaikan informasi terkait kondisi produk. Kurangnya pemahaman masyarakat akan makanan dan minuman yang mendekati masa kedaluwarsa juga disebabkan kurangnya pemahaman terkait Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Kurangnya pemahaman ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya, Cristhi Hattu pada tahun 2019 dengan judul Tingkat Pemahaman Masyarakat Mengenai Makanan dan Minuman Kemasan Yang Mendekati Masa Kadaluarsa (Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen).

Dalam jual beli produk makanan yang mendekati kedaluwarsa dengan menggunakan promo ini, banyak yang tidak sesuai dengan ketentuan aturan Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Sehingga konsumen dapat menggugat pelaku usaha kepada pengadilan apabila dinyatakan bersalah, maka hal tersebut sesuai dengan Pasal 62 Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), yang berisikan⁹:

- (1) Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2), dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun penjara atau denda paling banyak Rp.2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

Sesuai dengan Pasal 62 ayat (1) UUPK, maka pelaku usaha toko swalayan dalam penelitian ini dapat dikenakan sanksi pidana berupa penjara dengan masa tahanan paling lama 5 (lima) tahun atau mendapatkan pidana denda dengan nominal paling banyak Rp.2.000.000.000,00 (dua milyar rupiah). Karena pelaku usaha melanggar ketentuan pasal 7, pasal 8 dan pasal 9. Diharapkan dengan adanya Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, maka pelaku usaha dapat menjadikannya sebagai acuan maupun landasan hukum dalam bertransaksi dengan konsumen. Serta dapat menjadikan salah satu upaya pemberdayaan konsumen yang dapat dilakukan melalui pembinaan konsumen.

Perlindungan Konsumen Terhadap Promo Produk Makanan Yang Mendekati Kedaluwarsa Tinjauan Fiqih Muamalah

Pada dasarnya jual beli produk makanan yang mendekati kedaluwarsa tidak dijelaskan maupun diatur secara khusus didalam fiqh muamalah. Tidak ada dalil tertentu baik didalam Al-Qur'an maupun hadist yang menyinggung atau membahas secara rinci mengenai jual beli makanan yang mendekati kedaluwarsa. Begitu pula pada penggunaan promo yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam menjualbelikan produk makanan yang mendekati kedaluwarsa. Namun dalam penelitian ini, lebih fokus ke masalah hukum jual beli produk makanan yang mendekati kedaluwarsa yang dilakukan kembali pada hukum asal. Sesuai dengan kaidah fiqh yang artinya berbunyi "Hukum dasar Mu'amalah adalah

⁹ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

diperbolehkan, sampai ada dalil yang melarangnya”.¹⁰ Hal ini berdasarkan dasar hukum jual beli yang dijelaskan dalam Al-Qur’an surah Al-Baqarah ayat 275 yang artinya: “Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...”.

Berdasarkan pendapat jumhur ulama’ rukun jual beli harus mencakup empat macam.¹¹ Diantaranya *Al-muta’aqidain* (orang yang berakad yaitu penjual dan pembeli), *shighat* (kalimat atau *lafal* ijab dan qabul), *ma’qud’alaih* (barang yang dibeli), dan ada nilai tukar pengganti barang. Tiap rukun jual beli memiliki syarat tersendiri. Syarat dari rukun jual beli juga harus sesuai agar jual beli yang dilakukan oleh pelaku usaha maupun konsumen sempurna dan sah menurut fiqh muamalah. Adapun syarat jual beli bagi *ma’qud’alaih* (barang yang dibeli).

Syarat barang yang diperjualbelikan terdapat empat macam. Pertama, barang itu ada, atau tidak ada di tempat, tetapi pihak penjual menyatakan kesanggupannya untuk mengadakan barang itu.¹² Kedua, barang yang diperjualbelikan dapat dimanfaatkan ataupun memberikan manfaat bagi manusia. Ketiga, barang yang diperjualbelikan merupakan milik seseorang. Dan terakhir, keempat, barang tersebut boleh diserahkan pada saat akad jual beli berlangsung atau pada waktu yang telah disepakati bersama. Jika dilihat dari rukun jual beli saja, maka jual beli dalam penelitian ini diperbolehkan. Karena keempat rukun jual beli mulai dari *al-muta’aqidain* (orang yang berakad), *shighat* (kalimat ijab dan qabul), *ma’qud’alaih* (barang yang dibeli) serta nilai tukar, semuanya terpenuhi. Namun perlu digarisbawahi bahwa produk yang dibeli merupakan produk yang mendekati kedaluwarsa.

Kondisi produk yang mendekati kedaluwarsa dapat merugikan bahkan mendatangkan kemudharatan bagi konsumen. Ketika produk mendekati waktu kedaluwarsa, ia akan mengalami penurunan kualitas atau kerusakan. Terdapatnya penurunan mutu produk makanan yang masih dalam batas tanggal kedaluwarsa dapat disebabkan oleh bakteri seperti bakteri coli, pathogen dan salmonella.¹³ Ketiga bakteri tersebut mengakibatkan produk tersebut menjadi cacat atau rusak.¹⁴ Sehingga keadaan produk yang mendekati kedaluwarsa termasuk pada keadaan yang samar (tidak jelas) dan dapat menimbulkan kemudharatan. Hal ini menjadikan salah satu rukun jualbeli tersebut, *ma’qud’alaih* (barang yang dibeli) belum memenuhi syarat jual beli. Sehingga jual beli yang semula diperbolehkan, hukumnya menjadi tidak sah. Karena tidak terpenuhinya syarat barang yang diperjualbelikan (produk yang mendekati kedaluwarsa) akibat dari keadaan yang sama (tidak jelas) dan dapat menimbulkan kemudharatan. Hal ini juga termasuk pada jual beli yang dilarang dalam fiqh muamalah.

Peneliti juga menemukan hadits yang berhubungan dengan permasalahan yang diangkat pada penelitian ini. Buah-buahan yang sudah dijual kemudian rusak atau hilang

¹⁰ Mustofa Imam, *Fiqih Muamalah Kontemporer*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), hal. 10

¹¹ Abdurahman, dkk, *Fiqih Muamalah*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2010), hal. 70

¹² Abdul Rahman Ghazaly, Ghufroon Ihsan, dan Sapiudin Shidiq, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), hal. 75

¹³ Taslim, 2017, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Makanan Kadaluwarsa di Kota Makassar*, hal. 35, <https://repositori.uin-alauddin.ac.id/4683/1/Taslim.pdf>

¹⁴ Taslim, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen*, 35

dan lain-lainnya, maka kersakan itu tanggungan penjual, bukan tanggungan pembeli.¹⁵ Hal ini dapat kita samakan dengan kondisi produk yang mendekati kedaluwarsa, dimana ketika konsumen membeli produk tersebut bisa saja produk tersebut sudah mengalami kerusakan atau bahkan sudah kedaluwarsa. Adapun hadits yang disabdakan oleh Rasulullah SAW, sebagai berikut:

Artinya: “Jika engkau telah menjual buah-buahan kepada saudaramu, lalu buah-buahan itu rusak (busuk), maka haram bagimu mengambil sesuatu darinya, apakah kamu mau mengambil harta saudaramu dengan tidak hak” (HR. Muslim)

Adapun prinsip-prinsip jual beli dalam fiqh muamalah yang terbagi menjadi lima macam. Kelima prinsip tersebut yaitu keadilan, suka sama suka (kerelaan), bersikap benar, amanah dan jujur, tidak mubazir (boros), dan prinsip kasih sayang. Dalam penelitian ini kita lebih fokus terhadap prinsip bersikap benar, amanah dan jujur, prinsip kerelaan serta prinsip tidak mubazir. Dari hasil observasi, peneliti menemukan bahwa saat menawarkan promo produk makanan, pelaku usaha enggan menyebutkan bahwa kondisi produk telah mendekati waktu kedaluwarsa. Penjual dan pembeli dalam melakukan jual beli hendaknya berlaku jujur, berterus terang, dan mengatakan yang sebenarnya, jangan berdusta, dan sumpah dusta, sebab sumpah dan dusta itu menghilangkan keberkahan jual beli.¹⁶ Sebagaimana Rasulullah SAW bersabda:

Artinya: “Bersumpah dapat mempercepat lakunya dagangan, tetapi dapat menghilangkan berkah” (HR. Bukhari dan Muslim)

Sebagai pelaku usaha hendaknya berperilaku jujur dalam menawarkan promo produknya. Sehingga transaksi jual beli yang dilakukan menjadi transparan (tidak ada yang ditutu-tutupi). Guna menunjang prinsip bersikap benar, amanah dan jujur, peneliti mendapatkan hadist yang menjelaskan bahwa pelaku usaha yang berperilaku jujur dan adapat dipercaya akan mendapatkan tempat yang setara dengan para Nabi, para Syuhada’ dan Siddiqin (di Surga). Berikut bunyi hadist tersebut:

Artinya: “Pedagang yang jujur dan terpecaya itu sejajar (tempatnyanya di Surga) dengan para Nabi, para Siddiqin, dan para Syuhada’ ” (HR. At-Tirmidzi)¹⁷

Pada penelitian ini, harusnya pelaku usaha toko swalayan menjalankan jual beli dengan prinsip bersikap benar, amanah, dan jujur. Sebagaimana menjelaskan kepada konsumen bahwa keadaan produk yang sedang dipromosikan atau ditawarkan telah mendekati waktu kedaluwarsa. Hal ini juga berpengaruh pada prinsip kerelaan. Ketika konsumen mengetahui produk promo tersebut dalam keadaan mendekati kedaluwarsa dan tetap melanjutkan pembelian, maka prinsip kerelaan disini terpenuhi. Namun ketika konsumen tidak mengetahui keadaan produk yang mendekati kedaluwarsa, ditakutkannya produk tersebut sudah mengalami penurunan kualitas atau perubahan komposisi yang akan mendatangkan kemudharatan bagi konsumen yang dapat merugikannya. Sehingga dapat membuat konsumen tidak rela (tidak ridha) telah melakukan jual beli tersebut. Prinsip

¹⁵ H. Hendi Suhendi

¹⁶ Abdul Rahman Ghazaly, Ghufroon Ihsan, dan Sapiudin Shidiq, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), cet. Ke-3, hal. 79

¹⁷ Muhamad Abdurahman Ibnu Abdurrahim, *Tuhfatul Athfal Syarh Jami’ Al Tirmidzi*, Bairut-Libanon: Dar Kitab Alamiyah, jld. 4, hal. 335

kerelaan didukung dengan firman Allah SWT yang berbunyi: “Dan jangan kalian memakan harta orang lain dengan cara bathil, kecuali melalui jalan jual beli yang dilandasi keridhaan kedua belah pihak” (QS. An-Nisaa’: 29)

Sisi lain pelaku usaha dalam penelitian ini juga menerapkan prinsip tidak mubazir. Hal ini didapatkan peneliti dari hasil wawancara dengan salah satu narasumber pelaku usaha, Beliau mengatakan bahwa:

“Promo terhadap produk makanan yang mendekati kedaluwarsa pernah lakukan di toko saya. Namun promo tersebut jarang sekali saya lakukan karena menurut saya kepuasan konsumen tetap hal yang utama. Promo tersebut bisa terjadi dikarenakan stok produk yang melimpah (tapi mendekati kedaluwarsa) dan produk yang tidak bisa retur (dikembalikan) pada distribur. Daripada produk tersebut mubazir dan dibuang begitu saja lebih baik saya jual promo dengan perhatian khusus.”¹⁸

Mubazir yang dimaksud ialah menjadi sia-sia atau tidak berguna; terbuang-buang (karena berlebihan); bersifat memboroskan.¹⁹ Promo produk makanan yang mendekati kedaluwarsa dalam penelitian ini, merupakan upaya pelaku usaha agar produk makanan tersebut tidak terbuang sia-sia (mubazir). Promo produk makanan yang mendekati kedaluwarsa memiliki pengaruh negatif namun disisi lain promo tersebut juga memiliki sisi positif berupa menghindari terjadinya mubazir. Sehingga keduanya tidak mubazir yaitu para pihak yang mengikatkan diri dalam perjanjian jual beli tersebut bukanlah manusia yang boros (mubazir).²⁰ Prinsip tidak mubazir ini sejalan dengan firman Allah SWT yang berbunyi: “Dan janganlah kalian berlaku mubazir, karena orang mubazir itu adalah saudaranya setan.” (QS. Al-Israa’: 27)

Selanjutnya peneliti akan menganalisis terkait promo *bundling* menurut jual beli dalam Islam yang digunakan oleh pelaku usaha. Jika dilihat dari hasil observasi, promosi yang diterapkan oleh pelaku usaha termasuk pada *al-hatt min al-thaman* atau *al-naqs min al-thaman* (penurunan harga atau pengurangan harga). Karena promo *bundling* yang ditawarkan oleh pelaku usaha sama halnya dengan promosi harga paket, dimana ketika konsumen membeli produk tersebut secara paket maka harga produk akan terhitung lebih murah dibandingkan membelinya dengan per satuan produk. Namun perlu diingat dalam penelitian ini, promo paket *bundling* yang digunakan pelaku usaha diterapkan pada produk yang mendekati kedaluwarsa dan memiliki keadaan yang samar (ketidakjelasan) serta dapat mendatangkan kemudharatan. Sehingga promosi paket *bundling* yang semula hukumnya diperbolehkan menjadi terlarang karena kondisi produk yang dapat mendatangkan kemudharatan.

Guna mendukung perlindungan konsumen yang memberikan keamanan dan keselamatan konsumen didalam fiqh muamalah juga mengajarkan tentang khiyar. Secara bahasa khiyar diartikan sebagai menyaring, memilih, atau pilihan. Khiyar secara terminologis adalah hak pilih bagi salah satu atau kedua belah pihak yang melaksanakan transaksi untuk melangsungkan atau membatalkan transaksi yang disepakati sesuai dengan

¹⁸ Zuher, wawancara, (Malang, 3 Mei 2023)

¹⁹ (<https://kbbi.web.id/mubazir>, diakses pada 3 Mei 2023)

²⁰ Ismail Pane, dkk, *Fiqh Mu’amalah Kontemporer*, (Pidie: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2022), hal.

kondisi masing-masing pihak atau karena faktor-faktor atau sebab tertentu (Haroen, 2000).²¹ Penjelasan khiyar juga terdapat dalam sabda Rasulullah SAW, sebagai berikut:

Artinya: “Dua orang yang mengerjakan jual beli boleh mengerjakan khiyar selama belum berpisah. Jika keduanya benar dan jelas maka keduanya diberkahi dalam jual beli mereka. Jika mereka menyembunyikan dan berdusta, maka akan dimusnahkanlah keberkahan jual beli mereka” (HR. Bukhori Muslim)

Khiyar bertujuan untuk menghindari kedua belah pihak (pelaku usaha dan konsumen) dari kerugian, mewujudkan kemaslahatan bagi kedua pihak sehingga tidak ada rasa penyesalan ketika transaksi jual beli berlangsung. Dalam penelitian ini, khiyar dapat diterapkan oleh konsumen sebelum melakukan transaksi (penukaran barang dan nilai tukar yang ditentukan). Jika dilihat dari hasil observasi dan wawancara dengan konsumen, terkadang konsumen juga menyadari kondisi produk sehingga menanyakan apakah produk tersebut memiliki kondisi tertentu.

Khiyar majelis ialah hak pilih yang berlaku bagi kedua pihak baik pelaku usaha maupun konsumen dalam menentukan untuk melanjutkan atau membatalkan akadnya selama keduanya masih berada dalam satu majelis (lokasi yang sama seperti toko) dan belum berpisah badan (memalingkan). Khiyar majelis ini juga cocok dengan permasalahan yang terjadi dalam penelitian ini. Dimana konsumen dapat menggunakan hak pilihnya untuk mempertimbangkan terkait kondisi produk makanan yang mendekati kedaluwarsa. Sehingga dalam penelitian ini, konsumen dapat melanjutkan atau membatalkan transaksinya guna membeli promo produk makanan yang mendekati kedaluwarsa dan masih berada dalam satu lokasi (toko swalayan).

Kesimpulan

Dari hasil analisis penelitian yang telah dijabarkan maka dapat tertarik kesimpulan sebagai berikut bahwa Promo produk makanan yang mendekati kedaluwarsa yang ditinjau menggunakan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), tidak memenuhi perlindungan konsumen sebagaimana yang diatur dalam Undang-Undang. Hak konsumen pada pasal 4 UUPK tidak terpenuhi dengan baik. Karena pelaku usaha telah melayahi aturan pasal 4 UUPK pada ayat (a), (b), (c), dan (g). Disamping itu pelaku usaha telah melanggar beberapa pasal dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), seperti pasal 7 ayat (b), (c), serta (d), pasal 8, dan pasal 9 ayat (1). Maka dari itu konsumen dapat menggugat pelaku usaha dengan pasal 62 UUPK.

Promo produk makanan yang mendekati kedaluwarsa yang ditinjau menggunakan fiqh muamalah, tidak berjalan sesuai aturan jual beli dalam islam. Dalam kasus ini pelaku usaha sudah menyalahi prinsip jual beli dalam islam, syarat jual beli yang tidak terpenuhi sehingga menjadikan jual beli tersebut tidak sah. Prinsip jual beli untuk bersikap jujur, dalam kasus ini tidak dilakukan oleh pelaku usaha. Kemudian syarat barang yang dijualbelikan tidak terpenuhi, produk yang ditawarkan mendekati kedaluwarsa, dimana keadaan produk tersebut merupakan hal yang samar dan dapat menimbulkan kemudharatan.

²¹ Drs. Harin, M.H., *Fiqh Muamalah*, (Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2017), hal.82

Produk makanan yang mendekati kedaluwarsa dapat mengalami penurunan kualitas atau perubahan komposisi didalamnya. Akibat kondisi produk makanan yang mendekati kedaluwarsa menjadikan jual beli dalam kasus ini termasuk jual beli yang dilarang dan dinilai tidak sah atau batal karena tidak terpenuhinya syarat jualbeli tersebut. Hal ini pun juga berdampak pada promo yang ditawarkan. Promo *bundling* sebenarnya diperbolehkan dalam islam, namun karena kondisi produk yang samar dan dapat menimbulkan kemudharatan, sehingga promo dalam kasus ini dilarang. Selain itu, perlindungan konsumen dalam fiqh muamalah juga didukung dengan adanya khiyar (hak pilih). Khiyar bertujuan untuk menghindarkan kedua belah pihak pelaku usaha dan konsumen) dari kerugian, mewujudkan kemaslahatan bagi kedua belah pihak sehingga tidak ada rasa penyesalan ketika transaksi jualbeli berlangsung. Khiyar yang cocok dengan kasus ini yaitu khiyar majelis, dimana hak pilih yang berlaku bagi keduanya (pelaku usaha dan konsumen) dalam menentukan untuk melanjutkan atau membatalkan akadnya selama keduanya masih berada dalam satu majelis (lokasi yang sama seperti toko) dan belum berpisah badan (memalingkan).

Daftar Pustaka

- Abdurrahim, Muhamad Abdurahman Ibnu. Tuhfatul Athfal Syarh Jami' Al Tirmidzi, Bairut-Libanon: Dar Kitab Alamiah, jld. 4.
- Adi, Rianto. Metode Penelitian Sosial dan Hukum. Jakarta: Granit, 2004.
- Ali, Zainudin. Metode Penelitian Hukum. Jakarta: Sinar Grafika. 2009.
- Al-Qur'an.
- Atmadi, Gayatri, Sri Riri Whyu Widati. Strategi Pemilihan Media Komunikasi LPPOM MUI Dalam Sosialisasi & Promosi Produk Halal di Indonesia. Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Pranata Sosial Vol.2 No.2. 2013.
- Badan POM, diakses pada 26 November 2022, "Persepsi Masyarakat Tentang Kadaluarsa" <https://www.pom.go.id/new/view/more/berita/5892/Persepsi-Masyarakat-Tentang-Kadaluarsa.html>
- Ghazaly, Abdul Rahman, Ghufron Ihsan, dan Sapiudin Shidiq. Fiqh Muamalat. Jakarta: Prenadamedia Group. 2015. Cet. Ke-3
- Hamid, Abd. Haris. Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia. Makassar: CV. Sah Media. 2017.
- Hariyadi, Purwiyatno. Masa Simpan dan Batas Kedaluwarsa Produk Pangan: Pendugaan, Sabiq, Sayyid. Fiqqih Sunnah. Jakarta: Pundi Pena Aksara, 2012.
- Haroen, Nasrun. Fiqh Muamalah. Jakarta: Gaya Media Pratama. 2007. Cet. Ke-2
- Haroen, Nasrun. Ushul Fiqih 1. Ciputat: PT Logos Wacana Ilmu, 1996.
- Hasan, Akhmad Farroh. Fiqh Muamalah dari Klasik Hingga Kontemporer (Teori dan Praktek). Malang: UIN-Maliki Press, 2018.
- Hasnidar, Ratih Pratiwi, M. Aziz Winardi, Mei Iswandi, M. Shaleh Z, Ria Wuri Andary, Acai Sudirman, F.X Agus Subroto, Ketut Jatinegara, Eka Seseli, Solehatin Ika Putri, Fajar Satria, dan Aditya Wardhana. Pemasaran Terpadu. Bandung: CV Media Sains Indonesia. 2021.

JOURNAL OF ISLAMIC BUSINESS LAW

Volume 7 Issue 3 2023

ISSN (Online): **2580-2658**

Available online at: <http://urj.uin-malang.ac.id/index.php/jibl>

- Hasri, Dianta. *Digital Marketing Black Box: Konsep Dasar, Strategi, dan Implementasi Daerah Istimewa Yogyakarta*: PT Kanisius. 2021.
- Imam, Mustofa. *Fiqih Muamalah Kontemporer*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016.
- KKBI Daring, diakses pada 20 Oktober 2022, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/kedaluwarsa>
- Kristiyanti, Celina Tri Siwi. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika. 2008.
- Mahmud, Peter. *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana. 2017.
- Moh. Nasir. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia. 1998.
- OCBC NISP With You, diakses pada 22 Januari 2023, <https://www.ocbcnisp.com/id/article/2022/06/06/promo-adalah>
- Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 12 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Pangan Olahan
- Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan, Nomor HK. 03.1.23.06.10.5166 tentang Pencantuman Informasi Asal Bahan Tertentu, Kandungan Alkohol, Dan Batas Kedaluwarsa Pada Penandaan/Label Obat, Obat Tradisional, Suplemen Makanan, dan Pangan
- Raharjo, Satjipto. *Ilmu Hukum*. Bandung: Citra Aditya Bakti. 2000.
- Saputra, Sarti, Ikit. Analisis Produk Mendekati Kadaluarsa dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di PT. Nestle Indofood Citrarasa Indonesia). *Jurnal Iqtishaduna: Economic Doctrine* Vol.6 No.2. 2021.
- Saudjana, Nana dan Ahwal Kusuma. *Proposal Penelitian di Perguruan Tinggi*. Bandung: Sinar Baru Argasindo. 2002.
- Setiyati, Wulan. Pengaruh Penetapan Harga dengan Paket Bundling terhadap Keputusan Pembelian di Royal Furniture Pekanbaru Ditinjau Dari Ekonomi Syariah. 2020.
- Shinta, Agustina. *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press). 2011.
- Syafei, Rachmat. *Fiqih Muamalah*. Bandung: CV Pustaka Setia. 2001.
- Tim Penyusun Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. *Pedoman Penulisan Skripsi Tahun 2019*. Malang. 2019.
- Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 Tentang Pangan
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Pelindungan Konsumen