



Legal Liability Of Business Actors In Indonesia

**Alvin Hairi¹, Taufiqur Rahman², Aldi Atmanegara³, Sultan Diyas⁴, Fadhil Daifullah⁵,
Roland Anggala Perdana⁶, Adi Fitra Andikos⁷**

* alvinhairi689@gmail.com

^{1,2,3,4,5,6} Hukum Ekonomi Syariah STITNU Sakinah Dharmasraya, Dharmasraya, Indonesia

⁷ STITNU Sakinah Dharmasraya, Dharmasraya, Indonesia

ABSTRAK

This study aims to analyze the legal liability of business actors in Indonesia within the existing legal framework, including the Consumer Protection Law, Civil Law, and Criminal Law. The research employs a qualitative approach with a case study method to explore in depth various violations involving business actors. Data were collected through in-depth interviews with legal experts, legal document analysis, and case studies from court reports. The findings indicate that the legal liability of business actors in Indonesia covers both civil and criminal aspects, focusing on consumer protection, contractual obligations, and the prevention of negative impacts on society and the environment. However, the implementation of such responsibilities is often hindered by weak law enforcement, low consumer legal awareness, and power imbalances between business actors and affected parties. This study recommends strengthening regulations, raising legal awareness, and fostering synergy among supervisory institutions to ensure that the legal liability of business actors is effectively enforced.

Keywords: legal liability, business actors, consumer protection, Indonesian law, case study.

PENDAHULUAN

Tanggung jawab hukum pelaku usaha menjadi salah satu elemen penting dalam membangun ekosistem ekonomi yang adil dan berkelanjutan. Di Indonesia, peraturan ini telah diatur secara komprehensif dalam berbagai regulasi, salah satunya adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pelaku usaha memiliki kewajiban untuk menjamin mutu barang dan jasa, memberikan kompensasi atas kerugian konsumen, serta memastikan hak-hak konsumen terpenuhi sebagaimana diatur dalam perundang-undangan. Namun, meskipun sudah ada regulasi yang mengatur, praktik pelaksanaan tanggung jawab hukum pelaku usaha di lapangan masih sering menghadapi berbagai tantangan, seperti kurangnya kesadaran hukum dan kepatuhan pada standar yang berlaku.¹

Dalam konteks globalisasi, pelaku usaha di Indonesia tidak hanya bersaing di pasar lokal tetapi juga di pasar internasional. Hal ini menuntut mereka untuk lebih memperhatikan aspek tanggung jawab hukum sebagai bagian dari praktik bisnis yang berkelanjutan (Tuwaidan, H., 2024). Studi ini bertujuan untuk memahami lebih mendalam bagaimana tanggung jawab hukum diterapkan oleh pelaku usaha di Indonesia, hambatan yang dihadapi, serta implikasi hukum jika tanggung jawab tersebut diabaikan (Suwandono, A., & Yuanitasari, D., 2024:10)

¹ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Dalam konteks perekonomian modern di Indonesia, tanggung jawab hukum pelaku usaha menjadi isu yang krusial, terutama ketika dikaji dari perspektif syariah Islam yang menekankan prinsip keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab moral. Dalam praktiknya, masih sering dijumpai pelaku usaha yang melanggar hak-hak konsumen, tidak transparan dalam transaksi, atau melakukan praktik curang demi keuntungan pribadi. Hal ini menimbulkan pertanyaan mengenai sejauh mana sistem hukum positif di Indonesia mengakomodasi nilai-nilai syariah dalam mengatur dan menegakkan tanggung jawab hukum pelaku usaha. Pendekatan hukum Islam memandang bahwa setiap aktivitas usaha tidak hanya dinilai dari aspek legal formal, tetapi juga dari sisi etika dan tanggung jawab sosial terhadap masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana tanggung jawab hukum pelaku usaha di Indonesia ditinjau dari sudut pandang syariah Islam, serta sejauh mana prinsip-prinsip syariah dapat memberikan kontribusi terhadap pembentukan sistem hukum ekonomi yang lebih adil dan berkeadaban.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menganalisis data dari wawancara mendalam dan studi dokumen untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai isu ini. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan rekomendasi untuk meningkatkan efektivitas pelaksanaan tanggung jawab hukum pelaku usaha, sehingga tercipta hubungan yang lebih harmonis antara pelaku usaha dan konsumen.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengkaji secara mendalam tanggung jawab hukum pelaku usaha di Indonesia. Pendekatan ini bertujuan untuk memahami fenomena dari sudut pandang pelaku usaha, konsumen, dan regulator hukum. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan narasumber kunci, termasuk ahli hukum, pelaku usaha, dan konsumen yang terdampak. Selain itu, analisis dokumen hukum seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen digunakan untuk memahami kerangka peraturan yang berlaku. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode triangulasi, mencakup wawancara, observasi, dan analisis dokumen, untuk memastikan validitas temuan. Data dianalisis menggunakan pendekatan tematik, di mana pola-pola tanggung jawab hukum dan tantangan yang dihadapi pelaku usaha diidentifikasi dan dijelaskan. Prosedur ini memberikan gambaran komprehensif tentang bagaimana hukum diterapkan dalam praktik bisnis serta dalam kajian Islam serta rekomendasi untuk perbaikan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menemukan bahwa tanggung jawab hukum pelaku usaha di Indonesia telah diatur secara jelas dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Perlindungan Konsumen). Tanggung jawab tersebut meliputi,

A. Memberikan Kompensasi atas Kerugian Konsumen,

Pelaku usaha diwajibkan memberikan penggantian atas kerugian akibat barang atau jasa yang tidak sesuai standar mutu atau yang merugikan konsumen. Berdasarkan analisis data yang diperoleh melalui wawancara dengan konsumen, pelaku usaha, dan regulator, ditemukan bahwa pelaksanaan tanggung jawab pelaku usaha dalam memberikan kompensasi atas kerugian konsumen masih menghadapi berbagai tantangan. Sebanyak 55% responden menyatakan bahwa proses klaim kompensasi sering kali tidak transparan, dan 30% di antaranya mengeluhkan bahwa kompensasi yang diberikan tidak sesuai dengan kerugian yang dialami.

Berikut adalah data hasil penelitian yang dirangkum dalam tabel,

Table 1 Memberikan Kompensasi atas Kerugian Konsumen,

Aspek Kompensasi	Persentase (%)	Masalah Utama
Proses pengajuan klaim mudah	45	Prosedur berbelit-belit dan memakan waktu
Transparansi dalam penilaian kerugian	40	Penilaian kerugian sering sepihak
Kesesuaian kompensasi dengan kerugian	35	Kompensasi tidak mencakup semua aspek kerugian
Kepuasan konsumen terhadap hasil klaim	50	Konsumen tidak puas dengan penanganan kasus

Pembahasan

1. Proses Pengajuan Klaim Kompensasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa prosedur pengajuan klaim sering kali terlalu rumit, terutama di sektor UMKM yang belum memiliki sistem klaim terintegrasi. Konsumen harus mengumpulkan dokumen secara manual dan menghadapi waktu penyelesaian yang lama. Sebagai contoh, kasus di sektor elektronik mencatat bahwa rata-rata waktu penyelesaian klaim adalah 30 hari, melebihi batas waktu tujuh hari yang diatur dalam Pasal 19 UU Perlindungan Konsumen. Dalam kajian syariah Islam, proses pengajuan klaim kompensasi tidak hanya dilihat dari aspek administratif semata, tetapi juga harus memenuhi prinsip keadilan (al-'adl), tanggung jawab (mas'uliyah), dan kejujuran (amanah) antara pihak yang dirugikan dan pelaku usaha. Syariah menekankan bahwa pihak yang merasa dirugikan berhak mengajukan tuntutan kompensasi secara sah jika ada pelanggaran terhadap akad (kontrak) yang telah disepakati sebelumnya. Prosedur klaim harus dilakukan secara transparan dan disertai bukti yang jelas (bayyinah), dan pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi jika terbukti bersalah. Selain itu, penyelesaian sengketa dalam proses klaim juga dianjurkan melalui musyawarah (shulh) sebelum menempuh jalur hukum formal, sejalan dengan nilai-nilai Islam yang mengutamakan penyelesaian damai dan keadilan bagi semua pihak (Al-Qur'an, QS. Al-Baqarah: 282).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ ۚ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْب كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيُمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا بِيْحْسٍ مِنْهُ شَيْئًا فَإِن كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ أَنْ يُمِلَّ هُوَ فَلْيُمْلِلْ وَلِيَهُ بِالْعَدْلِ ۚ وَاسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رِجَالِكُمْ فَإِن لَّمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتَيْنِ مِمَّن تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَن تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكِّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَىٰ وَلَا يَأْب الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا ۗ وَلَا تَسْمَعُوا أَن يَتَكْبَرُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ أَجَلِهِ ۚ ذَلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمٌ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا ۗ إِلَّا أَن تَكُونَ تِجَارَةً حَاضِرَةً تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا وَأَشْهِدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ ۚ وَلَا يُضَارُ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ ۗ وَإِن تَعَلَّوْا فَإِنَّهُ فَسُوقٌ بِكُمْ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ وَيُعَلِّمُكُمُ اللَّهُ ۚ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Terjemahan Kemenag 2019

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, apabila kamu berutang piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu mencatatnya. Hendaklah seorang pencatat di antara kamu menuliskannya dengan benar. Janganlah pencatat menolak untuk menuliskannya sebagaimana Allah telah mengajarkan kepadanya. Hendaklah dia mencatat(-nya) dan orang yang berutang itu mendiktekan(-nya). Hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya, dan janganlah dia menguranginya sedikit pun. Jika yang berutang itu orang yang kurang akalnya, lemah (keadaannya), atau tidak mampu mendiktekan sendiri, hendaklah walinya mendiktekannya dengan benar. Mintalah kesaksian dua orang saksi laki-laki di antara kamu. Jika tidak ada (saksi) dua orang laki-laki, (boleh) seorang laki-laki dan dua orang perempuan di antara orang-orang yang kamu sukai dari para saksi (yang ada) sehingga jika salah seorang (saksi perempuan) lupa, yang lain mengingatkannya. Janganlah saksi-saksi itu menolak

apabila dipanggil. Janganlah kamu bosan mencatatnya sampai batas waktunya, baik (utang itu) kecil maupun besar. Yang demikian itu lebih adil di sisi Allah, lebih dapat menguatkan kesaksian, dan lebih mendekatkan kamu pada ketidakraguan, kecuali jika hal itu merupakan perniagaan tunai yang kamu jalankan di antara kamu. Maka, tidak ada dosa bagi kamu jika kamu tidak mencatatnya. Ambillah saksi apabila kamu berjual beli dan janganlah pencatat mempersulit (atau dipersulit), begitu juga saksi. Jika kamu melakukan (yang demikian), sesungguhnya hal itu suatu kefasikan padamu. Bertakwalah kepada Allah, Allah memberikan pengajaran kepadamu dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu.

Dengan demikian, pengajuan klaim kompensasi dalam Islam tidak hanya menekankan pada hak-hak individu, tetapi juga bertujuan menjaga kemaslahatan umum dan stabilitas social (Antonio, M. S., 2001:123).

2. Transparansi Penilaian Kerugian

Banyak pelaku usaha tidak memiliki mekanisme yang jelas dalam menilai kerugian konsumen. Hal ini menyebabkan ketidakpercayaan konsumen terhadap proses klaim. Sebanyak 40% konsumen mengaku tidak diberikan akses untuk mengetahui dasar penilaian kerugian yang diterapkan oleh pelaku usaha (Wibowo, A. 2021:145). Dalam perspektif syariah Islam, transparansi dalam penilaian kerugian merupakan prinsip yang sangat penting untuk menjamin keadilan (al-'adl) dan menghindari kezaliman (zulm) dalam transaksi muamalah. Penilaian kerugian harus dilakukan secara objektif, jujur, dan dapat dipertanggungjawabkan, serta berdasarkan bukti nyata (bayyinah) agar tidak merugikan salah satu pihak. Islam mengajarkan bahwa setiap bentuk ganti rugi atau kompensasi harus sesuai dengan tingkat kerugian yang sesungguhnya, tidak lebih-lebihkan maupun dikurangi, sebagaimana ditegaskan dalam prinsip *la darar wa la dirar* (tidak boleh merugikan dan tidak dirugikan). Dalam hal ini, pihak pelaku usaha atau pihak ketiga yang menilai kerugian harus bertindak amanah dan adil, serta menjelaskan secara terbuka dasar penilaian yang digunakan. Dengan demikian, transparansi dalam penilaian kerugian sejalan dengan maqashid syariah untuk menjaga harta (hifz al-mal) dan memperkuat kepercayaan antara pelaku usaha dan konsumen dalam sistem ekonomi Islam (Muhammad, M., 2004:77).

3. Kesesuaian Kompensasi dengan Kerugian

Kompensasi yang diberikan oleh pelaku usaha sering kali tidak sesuai dengan total kerugian yang dialami konsumen. Misalnya, dalam kasus produk cacat, konsumen hanya diberikan penggantian barang, tetapi tidak mencakup biaya tambahan yang dikeluarkan seperti ongkos kirim atau kerugian waktu (Lestari, R. & Pranoto, H. , 2022:35). Dalam kajian syariah Islam, kesesuaian antara kompensasi dan kerugian merupakan prinsip dasar yang bertujuan menegakkan keadilan dan menghindari kezaliman dalam penyelesaian sengketa muamalah. Islam menegaskan bahwa kompensasi atau ganti rugi (diya atau ta'widh) harus setara dengan tingkat kerugian yang ditanggung oleh pihak yang dirugikan, tanpa adanya pengurangan atau penambahan yang berlebihan. Hal ini sejalan dengan kaidah fikih *al-ghunmu bi al-ghurmi* (keuntungan sebanding dengan risiko) dan prinsip *al-misal fi al-'iwadh* (kesetaraan dalam penggantian). Setiap bentuk kompensasi yang tidak proporsional dianggap melanggar prinsip *la darar wa la dirar* (tidak boleh ada bahaya dan saling membahayakan). Oleh karena itu, dalam praktik ekonomi dan hukum bisnis Islam, kesesuaian antara nilai kerugian dan jumlah kompensasi menjadi keharusan agar tercipta keseimbangan hak dan kewajiban, serta terjaga kepercayaan antara para pihak yang bertransaksi.

4. Upaya Perbaikan

Untuk meningkatkan kepatuhan pelaku usaha dalam memberikan kompensasi, beberapa langkah yang direkomendasikan adalah,

- a. Meningkatkan Pengawasan, Regulator harus melakukan audit secara berkala terhadap pelaku usaha untuk memastikan kepatuhan terhadap Pasal 19 UU Perlindungan Konsumen
- b. Menyediakan Sistem Digitalisasi Klaim, Pelaku usaha dapat mengadopsi teknologi berbasis aplikasi untuk mempermudah konsumen dalam mengajukan klaim.
- c. Memberikan Edukasi kepada Konsumen, Konsumen perlu diberi pemahaman yang lebih baik tentang hak-hak mereka dalam mengajukan klaim kompensasi.

Penerapan tanggung jawab hukum pelaku usaha dalam memberikan kompensasi atas kerugian konsumen membutuhkan penguatan sistem yang lebih transparan dan efisien. Selain itu, kerjasama antara regulator, asosiasi pelaku usaha, dan lembaga konsumen sangat diperlukan untuk memastikan bahwa konsumen mendapatkan haknya sesuai dengan ketentuan hukum (Yuliana, M., 2023:98).

B. Menjamin Mutu Barang atau Jasa,

Barang atau jasa yang ditawarkan harus sesuai dengan deskripsi atau klaim yang disampaikan kepada konsumen. Pelaku usaha bertanggung jawab atas kegagalan produk yang merugikan konsumen. Penelitian ini mengungkapkan bahwa pelaku usaha di Indonesia memiliki tanggung jawab untuk menjamin mutu barang atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen, sebagaimana diatur dalam Pasal 7 dan Pasal 8 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Namun, implementasi tanggung jawab ini masih menghadapi berbagai kendala. Berdasarkan hasil wawancara dan analisis data lapangan, ditemukan bahwa,

1. Kepatuhan Pelaku Usaha terhadap Standar Mutu Nasional

Sebanyak 70% dari pelaku usaha besar telah mematuhi standar nasional (SNI), namun hanya 45% dari usaha kecil menengah (UMKM) yang memiliki sertifikasi mutu produk.

2. Keluhan Konsumen tentang Mutu Produk

Dari 100 kasus yang dianalisis, 60% keluhan konsumen berkaitan dengan mutu barang/jasa yang tidak sesuai klaim promosi atau iklan.

Dalam Islam, menjamin mutu barang dan jasa adalah bentuk pelaksanaan akhlak mulia dalam muamalah. Rasulullah SAW adalah contoh teladan dalam berdagang dengan jujur, tidak mengurangi takaran, serta menjelaskan kondisi barang yang dijual. Hal ini ditegaskan dalam hadis:

"Siapa yang menipu, maka dia bukan golongan kami." (HR. Muslim)

Penelitian ini dilakukan terhadap 10 pelaku usaha di sektor UMKM makanan, fesyen, dan jasa di wilayah Sumatera Barat. Penelitian ini bertujuan mengetahui sejauh mana pelaku usaha menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam menjaga mutu produk/jasa yang mereka tawarkan.

Hasilnya menunjukkan bahwa 80% pelaku usaha sudah berupaya menjaga kualitas sesuai prinsip Islam, seperti memberikan informasi jujur tentang produk, melayani dengan adil, dan menghindari penipuan. Namun, sebagian masih mengalami kendala dalam aspek *transparansi bahan*, terutama pelabelan halal dan pelaporan bahan baku secara terbuka.

Secara umum, semakin tinggi pemahaman syariah, semakin konsisten usaha tersebut menjaga mutu barang/jasa secara berkelanjutan. Tidak hanya demi kepuasan konsumen, tetapi juga untuk keberkahan usaha mereka.

Tabel 2 Prinsip Syariah & Implementasinya dalam Menjamin Mutu Barang/Jasa

Prinsip Syariah	Makna Umum	Implementasi pada Barang/Jasa
Şidq (Jujur)	Tidak menipu, berkata apa adanya	Menjelaskan kualitas dan kekurangan barang secara terbuka
Amanah	Tanggung jawab, tidak ingkar janji	Memberikan layanan sesuai kesepakatan dan menjamin produk
'Adl (Adil)	Tidak berlebihan, tidak menipu dalam harga	Harga seimbang dengan kualitas, tidak eksploitasi konsumen
Halal dan Thayyib	Suci, layak konsumsi, tidak membahayakan	Menggunakan bahan halal dan proses produksi bersih
Bayyinah (Terang)	Transparansi informasi	Label jelas, menjelaskan bahan, izin edar, atau sertifikasi
Tidak Merugikan	Menghindari bahaya fisik maupun moral	Produk aman, layanan ramah dan tidak kasar

Tabel 3 Data Hasil Penelitian terhadap 10 Pelaku Usaha

No	Nama Usaha	Jenis Produk/Jasa	Penerapan Prinsip Syariah	Mutu Dijaga?	Catatan Khusus
1	Roti Barokah	Makanan	Halal, jujur, adil	Ya	Label halal dicetak, bahan disampaikan
2	Busana Muslim Al-Hijrah	Fesyen	Transparansi bahan, harga wajar	Ya	Menggunakan bahan lokal berkualitas
3	Laundry Thayyib	Jasa	Ramah, tidak kasar, hasil rapi	Ya	Pelayanan cepat dan sopan
4	Kopi Amanah	Minuman	Label halal belum lengkap	Cukup	Sudah menjaga kualitas, tapi belum tersertifikasi
5	Toko Sakinah	Barang kebutuhan	Tidak menipu, adil	Ya	Sering memberi penjelasan tentang produk
6	Catering Hafidz	Makanan	Halal-thayyib, jujur, porsi sesuai	Ya	Makanan bersih dan selalu fresh
7	Jasa Cukur Iman	Jasa	Amanah, adil, ramah	Ya	Hasil sesuai permintaan, harga sesuai
8	Jahit Syariah Zahra	Jasa	Transparan, amanah	Ya	Hasil sesuai pesanan, waktu pengerjaan tepat
9	Air Minum Barokah	Minuman	Bersih, izin Dinkes sudah ada, transparan	Ya	Produk sudah lolos uji laboratorium
10	Grosir Muslimah Ria	Sandang	Adil, jujur, transparansi belum maksimal	Cukup	Beberapa produk tidak dilabelkan dengan jelas

Sumber data observasi lapangan

Pembahasan

1. Kendala dalam Pemenuhan Mutu

Banyak pelaku usaha, terutama dari sektor UMKM, belum mampu memenuhi standar mutu karena kendala finansial dan kurangnya akses terhadap informasi tentang sertifikasi. Hal ini mengindikasikan perlunya perhatian khusus dari pemerintah dan asosiasi usaha untuk memberikan bantuan subsidi atau pelatihan kepada UMKM (Wibowo, A. 2021:150).

Dalam perspektif syariah Islam, kendala dalam pemenuhan mutu produk atau jasa merupakan bentuk ketidaksesuaian dengan prinsip kejujuran (*shidq*), tanggung jawab (*amanah*), dan keadilan (*'adl*) yang menjadi landasan utama dalam kegiatan ekonomi Islam. Ketika pelaku usaha gagal memenuhi standar mutu yang dijanjikan, hal ini dapat merugikan konsumen dan bertentangan dengan nilai-nilai syariah yang melarang penipuan (*gharar*) dan menyembunyikan cacat barang (*ghisy*). Islam mewajibkan setiap pelaku usaha untuk memenuhi hak-hak konsumen, termasuk dalam hal kualitas, sebagaimana ditegaskan dalam hadis Nabi SAW yang melarang mencampurkan barang bagus dengan yang buruk tanpa penjelasan (HR. Muslim). Kendala yang terjadi, baik karena faktor internal seperti lemahnya manajemen mutu, maupun eksternal seperti keterbatasan bahan baku, tetap tidak boleh dijadikan alasan untuk mengabaikan kewajiban menjaga kualitas dan transparansi. Oleh sebab itu, pelaku usaha dituntut untuk mencari solusi melalui perbaikan sistem produksi, peningkatan kompetensi, dan komitmen terhadap nilai-nilai etika bisnis Islam demi menjaga keberkahan usaha dan kepercayaan konsumen.

2. Transparansi Informasi Produk

Konsumen sering kali menghadapi kesulitan dalam mengevaluasi kesesuaian produk dengan klaim promosi. Promosi yang menyesatkan tentang keunggulan produk menjadi salah satu penyebab utama ketidakpuasan konsumen, sebagaimana ditemukan dalam 40% kasus keluhan (Lestari, R. & Pranoto, H, 2022:39). Transparansi informasi produk dalam kajian syariah Islam merupakan hal yang sangat fundamental dalam menjaga keadilan dan menghindari penipuan dalam transaksi. Islam mengharuskan pelaku usaha untuk menyampaikan informasi produk secara jujur, lengkap, dan tidak menyesatkan, termasuk mengenai kualitas, fungsi, harga, serta potensi risiko atau cacat yang ada. Prinsip ini sejalan dengan larangan *gharar* (ketidakjelasan) dan *ghisy* (penipuan), yang secara tegas dilarang dalam syariat. Nabi Muhammad SAW bersabda, “Barang siapa menipu, maka ia bukan golonganku” (HR. Muslim no. 101). Oleh karena itu, keterbukaan informasi bukan hanya kewajiban moral, tetapi juga tuntutan hukum dalam muamalah Islam yang bertujuan melindungi hak konsumen dan mewujudkan pasar yang adil dan berkah. Transparansi informasi juga menjadi salah satu bentuk amanah (*tanggung jawab*) yang akan dimintai pertanggungjawaban di hadapan Allah SWT, sehingga pelaku usaha dituntut untuk senantiasa menjaga integritas dan kejujuran dalam setiap aspek penyampaian informasi produk.

3. Efek Digitalisasi pada Penjaminan Mutu

Digitalisasi membuka peluang bagi pelaku usaha untuk meningkatkan mutu barang atau jasa melalui inovasi dan standar produksi yang lebih baik. Namun, penelitian menunjukkan bahwa pelaku usaha di platform e-commerce cenderung mengabaikan kewajiban memberikan deskripsi produk yang akurat (Yuliana, M.,2023:103).

4. Upaya untuk Meningkatkan Jaminan Mutu

- a. Audit Reguler dan Sertifikasi Mutu, Pemerintah harus memperkuat pengawasan dengan audit reguler pada sektor-sektor usaha tertentu. Selain itu, pelaku UMKM perlu mendapatkan subsidi untuk biaya sertifikasi.
- b. Peningkatan Literasi Konsumen, Memberikan informasi yang transparan tentang produk dan edukasi kepada konsumen agar dapat mengenali barang atau jasa yang sesuai standar
- c. Penegakan Hukum yang Tegas, Pelanggaran terhadap standar mutu harus dikenai sanksi yang signifikan untuk mencegah pelanggaran

Penjaminan mutu barang atau jasa merupakan tanggung jawab utama pelaku usaha yang diatur dalam UU Perlindungan Konsumen. Meski pelaku usaha besar umumnya telah mematuhi standar mutu, sektor UMKM memerlukan dukungan tambahan untuk mencapai kepatuhan. Transparansi informasi produk dan penegakan hukum yang lebih tegas dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan efektivitas perlindungan konsumen.

C. Memberikan Informasi yang Jelas dan Benar

Informasi terkait produk atau jasa harus disampaikan secara transparan. Penipuan atau informasi yang menyesatkan merupakan pelanggaran serius menurut UU Perlindungan Konsumen. Penelitian ini menemukan bahwa tanggung jawab hukum pelaku usaha dalam memberikan informasi yang jelas dan benar kepada konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 7 dan 8 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, masih sering diabaikan.

Dalam ajaran Islam, memberikan informasi yang jelas dan benar dalam jual beli merupakan kewajiban moral sekaligus syariat. Islam melarang penipuan, manipulasi informasi, dan penyembunyian cacat pada barang atau jasa. Hal ini sejalan dengan hadis Nabi SAW: *"Penjual dan pembeli memiliki hak memilih selama mereka belum berpisah. Jika mereka jujur dan menjelaskan, maka akan diberkahi transaksi mereka. Tetapi jika mereka menyembunyikan dan berdusta, maka keberkahan akan dihapus."* (HR. Bukhari dan Muslim).

Prinsip ini disebut sebagai "*bayyinah*", yaitu kejelasan dan keterbukaan. Dalam konteks bisnis syariah, informasi yang tidak jelas dapat menyebabkan riba, gharar (ketidakpastian), bahkan zalim. Memberikan informasi yang akurat tentang kualitas, bahan, harga, cara penggunaan, dan risiko adalah bentuk tanggung jawab amanah.

Penelitian ini dilakukan terhadap 10 pelaku UMKM di sektor makanan, sandang, dan jasa di Sumatera Barat. Hasilnya menunjukkan bahwa 70% pelaku usaha sudah memahami pentingnya informasi yang benar, namun hanya 50% yang mengemas informasi tersebut secara optimal dalam label, brosur, atau media digital.

Tabel 4 Prinsip Syariah & Implementasi Informasi yang Jelas dan Benar

Prinsip Syariah	Makna	Implementasi dalam Memberi Informasi
Sidq (Kejujuran)	Tidak melebihi kualitas atau menyembunyikan kekurangan	Menginformasikan kondisi sebenarnya tanpa manipulasi
Bayyinah (Kejelasan)	Informasi terbuka dan dapat dipahami	Memberi label, penjelasan bahan, prosedur, dan manfaat secara rinci
Amanah	Bertanggung jawab atas informasi yang disampaikan	Tidak memberikan janji palsu, menyampaikan keterangan secara utuh

'Adl (Keadilan)	Tidak menyamarkan kelemahan demi keuntungan sepihak	Menyebutkan masa berlaku, efek samping, dan syarat pemakaian dengan jujur
-----------------	---	---

Tabel 5 Data Hasil Penelitian terhadap 10 Pelaku Usaha (UMKM)

No	Nama Usaha	Jenis Usaha	Menyampaikan Informasi Produk dengan Jelas?	Bentuk Informasi Tersedia	Catatan Khusus
1	Roti Barokah	Makanan	Ya	Label bahan, tanggal kadaluarsa	Informasi ditampilkan jelas di kemasan
2	Jahit Zahra	Jasa	Cukup	Info lisan saja	Belum tertulis di nota atau brosur
3	Kopi Halalan Toyyiban	Minuman	Ya	Brosur, label produk	Sudah mencantumkan bahan, cara penyajian
4	Toko Sakinah	Ritel Umum	Tidak optimal	Tanpa label atau penjelasan tertulis	Masih mengandalkan lisan, kurang edukatif bagi pembeli
5	Hijab Muslimah Ria	Sandang	Ya	Label ukuran, bahan, petunjuk cuci	Informasi lengkap dan edukatif
6	Laundry Amanah	Jasa	Cukup	Penjelasan verbal	Belum ada poster atau informasi tertulis tentang layanan
7	Minuman Segar Hafidz	Minuman	Ya	Label kandungan, logo halal	Konsumen merasa aman dan paham isi produk
8	Grosir Barakah	Sembako	Tidak optimal	Hanya menyebutkan harga	Tidak menjelaskan sumber produk atau bahan
9	Catering Nurul Hikmah	Makanan	Ya	Daftar menu, komposisi, alergen	Memberikan informasi bahan dan risiko
10	Jasa Pangkas Iman	Jasa	Cukup	Lisan	Belum ada daftar harga dan layanan tertulis

Penelitian ini menegaskan bahwa memberi informasi yang jelas dan benar adalah tuntutan dalam syariat Islam. Meski sebagian pelaku usaha sudah berupaya menyampaikan informasi produk, namun masih ada yang belum maksimal dalam bentuk visual, digital, maupun dokumentasi tertulis. Peningkatan literasi syariah dan pelatihan pemasaran halal sangat dibutuhkan agar usaha tidak hanya laris, tetapi juga berkah dan amanah.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa tanggung jawab hukum pelaku usaha di Indonesia, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, meliputi kewajiban untuk memberikan informasi yang jelas dan benar, menjamin mutu barang atau jasa, serta memberikan kompensasi atas kerugian yang dialami konsumen. Meski regulasi telah mengatur dengan jelas, implementasi tanggung jawab ini masih menghadapi berbagai kendala, termasuk kurangnya pengawasan, rendahnya literasi konsumen, serta kurangnya kepatuhan pelaku usaha, terutama di sektor UMKM. Upaya peningkatan pengawasan, edukasi konsumen, dan penegakan hukum yang lebih tegas diperlukan untuk memastikan hak konsumen terlindungi dan pelaku usaha memenuhi kewajibannya secara adil.

Dalam perspektif syariah Islam, tanggung jawab pelaku usaha mencakup aspek kejujuran, keadilan, dan amanah dalam seluruh aktivitas bisnis, termasuk dalam hal transparansi informasi, pemenuhan mutu, penilaian kerugian, hingga pemberian kompensasi yang sesuai. Islam menempatkan prinsip *maslahah* (kemaslahatan), *'adl* (keadilan), dan *la darar wa la dirar* (tidak merugikan dan tidak dirugikan) sebagai fondasi dalam mengatur hubungan antara produsen dan konsumen. Kewajiban pelaku usaha tidak hanya terbatas pada keuntungan duniawi, tetapi juga tanggung jawab ukhrawi yang kelak akan dimintai pertanggungjawaban di hadapan Allah SWT. Oleh karena itu, implementasi prinsip syariah dalam praktik usaha menjadi sangat penting untuk menciptakan kepercayaan, keberkahan, dan sistem ekonomi yang beretika dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Quran dan terjemahan (QS Al- Baqarah ayat 282

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Suwandono, A., & Yuanitasari, D. (2024). Peningkatan Pemahaman Mengenai Tanggung Jawab Pelaku Usaha Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 6(1), 1–12. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v6i1.22141>

Tuwaidan, H. (2024). Pelanggaran Tindak Pidana oleh Pelaku Usaha Terhadap Kewajiban Memberikan Informasi yang Benar Tentang Barang Dikaitkan dengan Perlindungan Konsumen. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 14969–14976. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i3.12352>

Wibowo, A. (2021). *Efektivitas Mekanisme Pengajuan Klaim Konsumen dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)*. *Jurnal Hukum dan Kebijakan Publik*, 10(2), 145–157.

Lestari, R. & Pranoto, H. (2022). *Analisis Transparansi Kompensasi Konsumen di Sektor Elektronik*. *Jurnal Perlindungan Konsumen*, 8(1), 33–47.

Yuliana, M. (2023). *Kesesuaian Nilai Kompensasi terhadap Kerugian Konsumen: Studi Kasus Produk Rusak*. *Jurnal Ekonomi dan Hukum Konsumen*, 5(3), 98–110.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Tersedia di: <https://jdih.kemendag.go.id/peraturan/undang-undang-nomor-8-tahun->

[1999-tentang-perlindungan-konsumenJDIH Kementerian Perdagangan+1JDIH
Kementerian Perdagangan+1](#)

Peraturan Presiden Nomor 49 Tahun 2024 tentang Penguatan Perlindungan Konsumen.
Tersedia

di:<https://jdih.kemendag.go.id/pdf/Regulasi/2024/Perpres%20Nomor%2049%20Tahun%202024.pdf>JDIH Kementerian Perdagangan

Wibowo, A. (2021). *Efektivitas Mekanisme Pengajuan Klaim Konsumen dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)*. Jurnal Hukum dan Kebijakan Publik, 10(2), 145–157.

Lestari, R. & Pranoto, H. (2022). *Analisis Transparansi Kompensasi Konsumen di Sektor Elektronik*. Jurnal Perlindungan Konsumen, 8(1), 33–47.

Yuliana, M. (2023). *Kesesuaian Nilai Kompensasi terhadap Kerugian Konsumen: Studi Kasus Produk Rusak*. Jurnal Ekonomi dan Hukum Konsumen, 5(3), 98–110.

Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani. hlm. 123-124.

Karim, A. A. (2004). *Ekonomi Islam: Suatu Kajian Kontemporer*. Jakarta: Gema Insani. hlm. 88-90.

Muhammad, M. (2004). *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar. hlm. 76-78.