

**TINJAUAN UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN
ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP JUAL BELI PAKAIAN *BRANDED*
SECOND HAND DI EVENT PONOROGO *THRIFT MARKET***

SKRIPSI



Oleh:

ARGA DUTA MAULANA

NIM 102200121

Pembimbing:

Dr. Hj. KHUSNIATI ROFIAH, M.S.I

NIP 197401102000032001

**JURUSAN HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2024

**IAIN
PONOROGO**

ABSTRAK

Maulana, Arga Duta, 2024. *Tinjauan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Pakaian Branded Second Hand di Event Ponorogo Thrift Market.* Skripsi. Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo. Pembimbing Dr. Hj. Khusniati Rofiah, M.S.I.

Kunci: *Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Etika Bisnis Islam, Jual Beli*

Maraknya pakaian *second brand* import pada saat ini sedang memenuhi pemasaran di Indonesia. Beberapa produk yang sangat diminati oleh sebagian masyarakat adalah pakaian *second brand* import *second brand* atau pakaian *second brand* bermerek. Maraknya penjualan pakaian *second brand* import *second brand* di Indonesia dikarenakan nilai barang yang dianggap lebih berkualitas dan murah dibandingkan dengan produk lokal. Akan tetapi, salah satu persoalan yang kerap dihadapi oleh konsumen adalah tidak adanya jaminan originalitas dan bentuk garansi yang diberikan oleh pelaku usaha atas barang *thrift* yang tidak sesuai dengan standar di pasaran. Oleh karenanya, penelitian bertujuan untuk menelaah bentuk jaminan originalitas dan ganti rugi pelaku usaha di Event Ponorogo *Thrift Market*.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Bagaimana analisis Undang-undang Perlindungan Konsumen dan etika bisnis Islam terhadap penjaminan originalitas pakaian *second brand* di Event Ponorogo *Thrift Market*? (2) Bagaimana analisis Undang-undang Perlindungan Konsumen dan etika bisnis Islam terhadap bentuk ganti rugi dalam jual beli pakaian *second brand* di Event Ponorogo *Thrift Market*?

Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu penelitian kualitatif lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan etis. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan peneliti adalah metode induktif.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa: *pertama*, pelaku usaha di Event Ponorogo *Thrift Market* belum sepenuhnya memenuhi kewajiban sebagaimana dalam Pasal 7 huruf (b) UU Perlindungan Konsumen dalam memberikan informasi yang jelas, rinci, dan jujur terhadap bentuk originalitas pakaian *second brand* yang diperjualbelikan. Disamping itu, secara etika bisnis Islam hal tersebut melanggar prinsip kejujuran dan keadilan karena menimbulkan adanya keraguan bagi konsumen atas keaslian pakaian *second brand* bermerek yang akan dibeli. *Kedua*, pelaku usaha juga tidak memberikan bentuk pertanggungjawaban berupa ganti rugi atas pengaduan yang diajukan oleh konsumen. Hal ini tidak sesuai dengan Undang-undang Perlindungan Konsumen dimana pelaku usaha wajib memberikan kompensasi atau ganti rugi atas ketidaksesuaian barang yang diterima oleh konsumen. Hal tersebut juga melanggar prinsip dalam etika bisnis Islam yaitu pelanggaran terhadap bentuk pertanggungjawaban dan kehendak bebas pelaku usaha, sehingga menimbulkan kerugian bagi konsumen karena barang yang dibelinya tidak sesuai dengan standar mutu yang seharusnya didapatkan.

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi atas nama saudara:

Nama : Arga Duta Maulana

NIM : 102200121

Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah

Judul : **TINJAUAN UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN
KONSUMEN DAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP
JUAL BELI PAKAIAN *SECOND BRAND* DI EVENT
PONOROGO *THRIFT MARKET***

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian skripsi.

Ponorogo, 21 Mei 2024

Mengetahui,
Ketua Jurusan

Menyetujui,
Pembimbing



M. Ilham Tanzilulloh, M.H.I.
NIP. 198608012015031002

Dr. Hj. Khusniati Rofiah, M.S.I
NIP. 197401102000032001



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

PENGESAHAN

Skripsi atas nama saudara:

Nama : Arga Duta Maulana
NIM : 102200121
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
Judul : **TINJAUAN**

**UNDANG-UNDANG
PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN ETIKA
BISNIS ISLAM TERHADAP JUAL BELI
PAKAIAN BRANDED SECOND HAND DI EVENT
PONOROGO THRIFT MARKET**

Skripsi ini telah dipertahankan pada sidang Munaqosah Fakultas Syariah Institut
Agama Islam Negeri Ponorogo pada:

Hari : Senin
Tanggal : 03 Juni 2024

Dan telah diterima sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana
dalam Ilmu Syariah pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 05 Juni 2024

Tim Penguji:

1. Ketua sidang : Dr. Abid Rohmanu, M.H.I. ()
2. Penguji I : Dr. Ahmad Junaidi Huda, M.H.I. ()
3. Penguji II : Dr. Hj. Khusniati Rofiah, M.S.I. ()

Ponorogo, 05 Juni 2024

Mengesahkan
Dekan Fakultas Syariah



Dr. Hj. Khusniati Rofiah, M.S.I.

NIP. 197401102000032001

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Arga Duta Maulana

NIM : 102200121

Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah

Judul : **TINJAUAN UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN
DAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP JUAL BELI PAKAIAN
BRANDED SECOND HAND DI EVENT PONOROGO THRIFT
MARKET**

Menyatakan bahwa naskah skripsi/ tesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di etheses.iainponorogo.ac.id. Adapun isi dari keseluruhan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 06 Juni 2024



Arga Duta Maulana

NIM 102200121

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Arga Duta Maulana

NIM : 102200121

Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah

Judul : **TINJAUAN UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN
DAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP JUAL BELI PAKAIAN
BRANDED SECOND HAND DI EVENT PONOROGO THRIFT
MARKET**

Menyatakan bahwa naskah skripsi tersebut adalah benar-benar hasil karya sendiri. Di dalam tidak terdapat bagian yang berupa plagiat dari karya orang lain, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan di dalam karya tulis ini, saya bersedia menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya.

Ponorogo, 06 Juni 2024

Yang membuat pernyataan,



Arga Duta Maulana
NIM 102200121

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pakaian adalah salah satu kebutuhan pokok yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari. Masyarakat membutuhkan pakaian karena bermanfaat bagi pemakainya. Pakaian yang dikenakan harus disesuaikan dengan situasi dan kondisi masing-masing agar tidak menimbulkan gangguan pada diri sendiri maupun orang sekitar..

Seiring berjalannya waktu, kebutuhan masyarakat semakin beragam, kebutuhan dan keinginan mereka pun terus meningkat sehingga sulit membedakan antara kebutuhan primer dan kebutuhan sekunder. Saat ini masyarakat seolah-olah terpaksa bergerak ke arah *postmodernisme*, dengan perkembangan akibat penggunaan yang berlebihan. Salah satunya adalah meningkatnya minat sebagian masyarakat untuk membeli pakaian bekas impor.¹

Maraknya pakaian *branded second hand* import pada saat ini sedang memenuhi pasar di Indonesia. Fenomena penjualan pakaian import *branded second hand* atau pakaian bekas bermerek ini dikarenakan nilai barang yang dianggap lebih berkualitas dan murah dibandingkan dengan produk lokal.² Terlebih sebagian masyarakat membeli pakaian bekas bermerek seperti ini

¹ Gitania A. Rorong, "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Import di Pasar Baru Langowan," *Productivity* 3 (2021): 228.

² Ibid.

merupakan salah satu jalan untuk berpenampilan *fashionable* atau modis tanpa mengeluarkan uang lebih karena harganya yang relative terjangkau.

Dalam pakaian second brand banyak sekali jenis-jenis pakaian yang sangat diminati oleh sebagian masyarakat terkhusus anak muda, pakaian yang sering digandrungi oleh anak muda yaitu pakaian-pakaian bekas brandid atau *branded second hand* seperti Adidas, Nike, Stone Island, dan beberapa merek lainnya. Tetapi mereka tidak menyadari bahwa maraknya pakaian pakaian bekas *branded second hand* yang dijual dengan harga terjangkau tersebut belum terjamin keasliannya atau biasa disebut barang KW.

Di Indonesia, produk palsu sering disebut dengan KW. Pakaian KW adalah istilah yang umum digunakan atau diterapkan pada pakaian tiruan, imitasi, dan replika. Secara etimologi KW adalah “kualitas”, yang merupakan lawan kata dari “ori”, yang berasal dari kata “*original*”.³ Istilah KW sebenarnya keliru. Menurut KBBI, kata “kwalitas” seharusnya adalah “kualitas”. Awalnya disebut "KW", berasal dari singkatan kata "kwalitas" itu sendiri. "Kwalitas" adalah kata yang sulit digunakan, dan telah disingkat menjadi "KW", dan orang-orang sekarang berpikir bahwa "kualitas buruk" adalah produk palsu yang dekat dengan produk asli, dan masyarakat menyebutnya dengan istilah produk KW. Salah satunya tempat yang menyediakan produk pakain bekas bermerek atau *branded second hand* yaitu di *Event Ponorogo Thrift Market* yang terletak di kawasan Ponorogo. Observasi

³ sabike, “Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek, Sosial, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tas Branded Kw,” *jurnal ilmu sosial*, 2 (2022), 164.

awal peneliti, di *Event Ponorogo Thrift Market* ini Banyak sekali penjual pakaian bekas yang menjual barang bekas atau *branded second handed*, dan penjualnya mengklaim bahwa barangnya asli.⁴ Padahal pakaian bekas bermerek atau *branded second hand* itu belum bisa dikatakan original atau asli jika belum benar benar dibuktikan dengan jelas.

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha di larang untuk, “(1) Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang: (d) tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut; (e). tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut; (2) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud”⁵

Perbuatan dalam bisnis dan perdagangan juga tidak lepas dari nilai moral dan etika bisnis. Penting bagi para pelaku bisnis untuk memasukkan aspek moral ke dalam kerangka/ruang lingkup bisnisnya. Dengan semakin meningkatnya kesadaran akan etika dalam bisnis, masyarakat mulai

⁴ Observasi Di Event Ponorogo *Thrift Market*, Tanggal 1 November 2023, Pukul 20.00 WIB.

⁵ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

menekankan pentingnya hubungan antara faktor etika dalam bisnis. Faktanya, setiap aspek kehidupan diatur dengan ajaran ini.⁶

Pada dasarnya etika bisnis diatur dengan sangat jelas dalam Islam, apa saja yang boleh dan apa yang dilarang. Islam mengatur etika bisnis karena menekankan pada kesejahteraan umat manusia dengan mempertimbangkan akibat negatif dari bisnis yang dilarang Islam. Hal ini sesuai dengan Perintah Allah SWT pada Surah An-Nisa 29 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۚ ٢٩

Artinya : *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (Q.S. An-Nisa:29).⁷*

Etika atau moralitas dalam Islam merupakan produk keimanan, keislaman, dan ketakwaan yang didasari oleh keyakinan yang kuat terhadap kebenaran Allah. Etika bagi manusia diwujudkan dalam kesadaran moralnya, yang meliputi keyakinan tentang apa yang benar dan apa yang salah. Ia melakukan kesalahan ketika melakukan atau meninggalkan sesuatu yang menurutnya tidak benar berdasarkan norma moral dan harga dirinya.⁸

⁶ Damsar, *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. (Jakarta: Kencana, 2009), 14.

⁷ Al-Qur' }>a>n, 4: 29

⁸ Sofyan S Harahap, *Etika bisnis dalam perspektif Islam*. (Jakarta: Salemba Empat, 2011),

Saat menjual pakaian bekas, peran pelaku ekonomi adalah menghormati prinsip etika saat menjual. Kode etik yang harus dipatuhi dalam suatu bisnis adalah sebagai berikut:⁹

1. Shidiq (Jujur)

Pedagang mempunyai kewajiban untuk jujur dalam melakukan transaksi jual beli. Kejujuran dalam arti luas berarti tidak pernah berbohong, tidak pernah menipu, tidak pernah mengarang fakta, tidak pernah berkhianat, tidak pernah mengingkari janji, dan sebagainya.

2. Amanah (Tanggung jawab)

Setiap pebisnis harus bertanggung jawab atas bisnis dan pekerjaan atau posisi yang dipilihnya. Salah satu tanggung jawab seorang pebisnis adalah mau dan mampu menjaga kepercayaan masyarakat di atas dengan sendirinya berada di pundak mereka.

3. Tidak Menipu

Hadits mengatakan bahwa tempat yang paling buruk adalah pasar. Sebab, pasar dan tempat orang berjual beli dianggap sebagai tempat yang penuh dengan penipuan, sumpah palsu, janji palsu, keserakahan, perselisihan harga, dan perbuatan buruk manusia lainnya.¹⁰

⁹ Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam 2*, (Pekanbaru: Al-Mujtahadah Press, 2013), 13.

¹⁰ Ibid., 146

4. Menepati Janji

Para pedagang juga harus dituntut untuk selalu menepati janjinya baik kepada pembeli maupun pedagang lainnya. Apalagi tentunya ia harus bisa menepati janjinya kepada Allah SWT.

5. Murah Hati

Rasullah SAW menganjurkan para pedagang dalam sebuah hadis agar selalu dermawan dalam berjual beli. Hal ini berarti perilaku ramah, murah senyum, mau memberi kelonggaran, namun tetap bertanggung jawab kepada para pembeli.

6. Tidak Melupakan Akhirat

Salah satu nilai inti yang harus diperhatikan para pedagang adalah selalu mengingat kehidupan setelah kematian. Jual beli adalah urusan dunia, namun menunaikan kewajiban syariat Islam adalah urusan akhirat, dan kepentingan akhirat jelas lebih utama dari kepentingan dunia. Para pedagang muslim tidak boleh terlalu sibuk dengan urusannya sehingga mengabaikan kewajiban agama seperti dzikir, shalat, haji, zakat. Karena perilaku tersebut menjadi salah satu perilaku yang harus dimiliki pedagang muslim dalam mengingat Allah.

Kenyataannya, etika bisnis Islam pada dasarnya belum dipahami oleh para pelaku industri pakaian bekas. Etika ini sebenarnya merupakan sebuah komitmen yang harus kita sebagai pedagang muslim jalankan dalam praktik bisnis kita.

Berdasarkan pemaparan di atas maka peneliti menggunakan Kajian Etika Bisnis Islam dan Hukum Perlindungan Konsumen untuk mengkaji lebih lanjut permasalahan yang berkaitan dengan jual beli pakaian bekas pada acara *Event Ponorogo Thrift Market* dan terkait dengan permasalahan tersebut peneliti menuangkan hasil penelitiannya dengan judul “**Tinjauan Undang Undang Perlindungan Konsumen dan Etika Bisnis Islam Terhadap Penjualan Pakaian *Branded Branded second hand* di Event Ponorogo Thrift Market**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada dan agar lebih terarah dari segi operasional maupun sistematika penulisan penelitian ini, maka peneliti menyimpulkan pokok permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana analisis Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Etika Bisnis Islam terhadap penjaminan originalitas pakaian *branded second hand* di Event Ponorogo Thrift Market?
2. Bagaimana analisis Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Etika Bisnis Islam terhadap bentuk ganti rugi dalam jual beli pakaian *branded second hand* di Event Ponorogo Thrift Market?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penelitian itu bertujuan untuk menganalisa rumusan masalah yang terangkum sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan analisis Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Etika Bisnis Islam terhadap penjaminan originalitas pakaian *branded second hand* di Event Ponorogo Thrift Market.

2. Untuk menjelaskan analisis Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Etika Bisnis Islam terhadap bentuk ganti rugi dalam jual beli pakaian *branded second hand* di Event Ponorogo Thrift Market.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Peneliti berharap dengan adanya penelitian ini dapat menambah khazanah keilmuan dan memberikan sumbangan pengetahuan bagi peneliti maupun pembaca tentang perlindungan konsumen dan etika bisnis Islam terhadap jual beli pakaian *branded second hand*.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pemerintah

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pemerintah agar lebih tegas dalam mengawasi kegiatan dan menegakkan kebijakan yang telah ditetapkan serta diberlakukan terkait dengan pakaian *branded second hand*.

b. Bagi Pelaku Usaha Pakaian *Branded Second Hand*

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran kepada konsumen akan pentingnya memperhatikan penjualan produk thrift sebelum melakukan akad jual beli dengan pelaku usaha.

c. Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran kepada konsumen akan pentingnya memperhatikan penjualan produk thrift sebelum melakukan akad jual beli dengan pelaku usaha.

Secara umum hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya mengenai Hukum Perlindungan Konsumen dan Etika Bisnis Islam.

E. Kajian Pustaka

Kajian Pustaka merupakan pembahasan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan suatu topik atau permasalahan penelitian. Oleh karena itu, peneliti menemukan beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik atau masalah yang diangkat, yakni::

Pertama, skripsi dari Hanifatul Choiriya, Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo dengan judul "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Produk Tiruan di Pasar Somoroto Kecamatan Kauman Kabupaten Ponorogo". Dalam penelitian ini, peneliti membahas permasalahan sebagai berikut: Bagaimana analisis hukum Islam terhadap praktik jual beli produk tiruan di Pasar Somoroto, dan bagaimana hukum Islam terhadap pelaksanaan khiyar dalam praktik jual beli produk tiruan di Pasar Somoroto. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil dari penelitian ini adalah Pasar Somoroto memperbolehkan jual beli barang tiruan, bahkan barang palsu. meskipun yang menjadi objek jual beli adalah barang tiruan ini tetap sah. Menurut kalangan ulama Maliki dan Syafi'i, pelaksanaan Khiyar dalam tindakan jual beli barang palsu di pasar Somoroto tidak diperbolehkan, karena harus dibatalkan jika ada pengetahuan langsung mengenai cacat tersebut.¹¹

¹¹ Hanifatul Choiriyah, Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Produk Tiruan di Pasar Somoroto Kecamatan Kauman Kabupaten Ponorogo. *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2018), 7.

Kedua, skripsi dengan judul "Praktek Penjualan Produk Imitasi Jenis Fashion di Pasar Sandang Pangan Kota Selatpanjang Menurut Tinjauan Ekonomi Islam" oleh Rika Apriyanti dari Fakultas Hukum Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Sharif Qasim Riau. Dalam dalam penelitiannya, peneliti membahas permasalahan sebagai berikut: Bagaimana praktek penjualan produk imitasi jenis fashion di pasar Sandang Pangan Kota Selat Panjang, dan bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap praktek penjualan produk imitasi jenis fashion. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil dari penelitian ini adalah praktik penjualan produk *fashion* imitasi di Pasar Sandang Pangan khususnya pakaian, tidak sejalan dengan ekonomi Islam sehingga masih perlu dibenahi. Mereka yang bekerja sebagai penjual produk fashion imitasi di pasar Sandang Pangan khususnya pakaian masih menghadapi banyak kekurangan dalam menjalankan tugasnya, termasuk keengganan untuk menjelaskan produk yang mereka jual, sehingga banyak konsumen yang merasa kehilangan haknya. Banyak komplain dari pembeli kepada pedagang akan hal ini tapi tidak ada keterangan lebih lanjut padahal jelas produk yang dijual cacat.¹²

Ketiga, skripsi dari Lilith Marlina dari Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Mataram dengan judul "Pengaruh Penawaran Produk Imitasi Fashion Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Konsumen di Pasar Cakranegara Mataram (Tinjauan Ekonomi Mikro Syari'ah)". Dalam

¹² Rika Apriyanti, Praktek Penjualan Produk Imitasi Jenis Fashion di Pasar Sandang Pangan Kota Selatpanjang Menurut Tinjauan Ekonomi Islam. *Skripsi* (Riau: UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2013), h.2.

penelitian ini permasalahan yang dibahas oleh peneliti adalah sebagai berikut: Apakah ada pengaruh produk imitasi fashion terhadap proses pengambilan keputusan konsumen di pasar cakranegara Mataram dan Seberapa besar pengaruh penawaran produk imitasi fashion terhadap proses pengambilan keputusan konsumen dipasar Cakranegara Mataram tinjauan ekonomi mikro syari'ah. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif .Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dari tiga langkah atau fase proses keputusan pembelian, seringkali hanya dilakukan satu fase yaitu pencarian informasi mengenai produk yang akan dibeli .Berdasarkan hasil analisis, besarnya pengaruh variabel X terhadap variabel Y sebesar 16,2% dan 83,8% dipengaruhi oleh faktor lain.¹³

Keempat, Skripsi oleh Sekar Hayu Ediningtyas, dengan judul “Perlindungan Hukum Terhadap Pemalsuan Merek Dagang Terkenal Asing Di Indonesia Ditinjau Dari Undang Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek (Studi Di Pasar Johar Semarang)”, Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang, 2015. Dalam penelitiannya, peneliti membahas focus permasalahan terhadap maraknya pemalsuan barang merek asing terkenal yang disebabkan oleh tidak optimalnya pengawasan dan lemahnya penegakan hukum, serta kurangnya kesadaran pemilik merek terhadap pemalsuan merek asing terkenal. Perlindungan hukum terhadap merek sesuai peraturan yang berlaku namun sering terjadi kegagalan Oleh karena itu, usulan kepada pemerintah

¹³ Lilis Marlina, Pengaruh Penawaran Produk Imitasi Fashion Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Konsumen di Pasar Cakranegara, *Skripsi* (Mataram: UIN Mataram, 2017), 12.

memerlukan pengawasan dan penegakan hukum yang khusus, pemerintah harus menetapkan peraturan khusus untuk merek-merek terkenal luar negeri dan bekerja sama dengan pemilik merek, dan masyarakat harus didorong untuk menggunakan dan menjadi konsumen yang bijaksana.¹⁴

Kelima, Skripsi dari Muhammad Irvan Alimudin dengan judul "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Barang Hasil Bajakan". Penelitian ini menghasilkan focus pembahasan diantaranya : Pertimbangan hukum Islam mengenai jual beli software bajakan, yaitu: Jual beli adalah suatu akad akan dianggap sah apabila syarat-syarat jual beli terpenuhi. Hal itu tertuang dalam UU Hak Cipta Nomor 19 Tahun 2002 dan Fatwa MUI Nomor 1. Menurut Undang-Undang Hak Cipta tahun 2003, hak cipta adalah hak kekayaan intelektual yang dilindungi. Oleh karena itu, sudah sepantasnya berbagai pihak mendukung terciptanya masyarakat Indonesia yang bebas pembajakan .Sebab, hal tersebut merugikan berbagai pihak, yakni negara pada umumnya dan masyarakat itu sendiri pada khususnya. Dan terakhir jual beli bajakan menurut hukum Islam merupakan tindak pidana yang diancam dengan pidana Ta'zir menurut hukum Islam, dan terdapat dalil pelarangan dalam Al-Quran, sehingga jual beli bajakan adalah haram.¹⁵

Perbedaan dari penelitian-penelitian tersebut adalah penelitian yang ditulis oleh Hanifatul Choiriya berfokus pada pertimbangan hukum dan

¹⁴ Sekar Hayu Ediningtyas, Perlindungan Hukum Terhadap Pemalsuan Merek Dagang Terkenal Asing Di Indonesia Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek (Studi Di Pasar Johar Semarang), *Skripsi*, (Universitas Negeri Semarang 2015), 11.

¹⁵ Muhammad Irvan Alimudin, Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Barang Hasil Bajakan, *Skripsi*, (IAIN Syekh Nurjati Cirebon 2015), 10.

pelaksanaan khiyar dalam jual beli, sedangkan penelitian yang ditulis oleh Rika Apriyathi berfokus pada perbuatan menjual *fashion* imitasi dan berfokus pada tinjauan yang terfokus tentang ekonomi Islam. Kemudian skripsi yang ditulis oleh Lilis Marlina terfokus pada pengaruh penawaran produk imitasi dengan tinjauan ekonomi mikro syari'ah, kemudian skripsi dari Sekar Hayu Ediningtyas terfokus pada Pemalsuan Merek Dagang Terkenal Asing, kemudian skripsi dari Muhammad Irvan Alimudin dengan judul yang terfokus pada Jual Beli Barang Hasil Bajakan Sedangkan penelitian ini, terfokus pada peran pelaku usaha dalam menjamin originalitas barang thrift dengan mengacu pada Undang-undang Perlindungan Konsumen.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

a. Jenis Penelitian

Berdasarkan jenis penelitiannya, penelitian ini tergolong penelitian kualitatif lapangan (*Field Research*) yaitu kegiatan observasi terhadap objek nyata, dan penelitian empiris (lapangan) yang didasarkan pada data konkrit.¹⁶ Karena datanya bersifat deskriptif (*descriptive research*), maka penelitian ini bertujuan untuk memahami fenomena-fenomena yang ada di lokasi yang diteliti seperti Tindakan, perbuatan, dan persepsi masyarakat dipahami secara keseluruhan. Penjelasan-penjelasan tersebut kemudian dilanjutkan, diungkapkan secara verbal dan disajikan dengan menggunakan

¹⁶ Muhammad Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1998), 63.

metode alamiah.¹⁷ Penelitian lapangan atau empiris menghubungkan peraturan perundang-undangan yang berlaku dengan apa yang sebenarnya terjadi di masyarakat. Dengan demikian, dengan memperhatikan permasalahan yang diangkat oleh peneliti, maka gejala-gejala yang diteliti yaitu bentuk-bentuk partisipasi para pelaku industri pakaian *branded second hand* dapat diungkapkan dan dirumuskan secara rasional, obyektif dan sistematis.¹⁸

b. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini juga dapat digambarkan sebagai pendekatan etis. Pendekatan etis adalah pendekatan yang digunakan dengan cara mempelajari nilai-nilai dan norma moral yang menjadi pedoman perilaku manusia. Adanya etika membuat kehidupan masyarakat menjadi lebih teratur. Etika juga berkaitan dengan prinsip-prinsip yang menentukan baik serta buruknya suatu tindakan atau sikap. Etika memiliki berbagai macam jenis dan pendekatan tergantung bagaimana sudut pandang, cakupan, lingkungan dan sumbernya. Salah satu diantaranya adalah etika normative yang merupakan bentuk etika sebagai usaha dalam menetapkan dan menentukan perilaku, sikap, atau tindakan idela yang seharusnya dimiliki oleh manusia.

¹⁷ Muhammad Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1998), 63.

¹⁸ Ismail Nurdin & Sri Hartati, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019), 75.

Pendekatan etis dilakukan dengan menggunakan ketentuan hukum dan peraturan perundang-undangan yang ada dan berlaku di Indonesia terkhusus dengan masalah yang diteliti oleh penulis yaitu Peraturan Pemerintah Nomor 8 Tahun 1999 tentang Undang-undang Perlindungan Konsumen dan juga teori etika bisnis Islam untuk melihat pada fenomena yang terjadi dan memperjelas keadaan sesungguhnya di masyarakat, khususnya terkait etika pelaku usaha dalam penjaminan originalitas pakaian bekas di event ponorogo *Thrift Market*.

2. Kehadiran Peneliti

Dalam penelitian kualitatif ini peneliti berkedudukan sebagai perencana, pelaksana, pengumpul data, penganalisis data dan berakhir menjadi pelapor hasil penelitiannya.¹⁹ Oleh karenanya, peneliti bertindak sebagai *actor central* dalam mengumpulkan data, sedang instrument selain manusia dianggap sebagai pendukung saja. Disamping itu, peneliti juga menjadi masuk kedalam pengamat penuh yang dilaksanakan secara terang-terangan dengan cara turun ke lapangan langsung untuk melakukan pengamatan dan wawancara dengan tujuan memperoleh data secara mendalam baik dari pelaku usaha ataupun konsumen dalam Event Ponorogo *Thrift Market* 2023.

¹⁹ Margono, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1997), 108.

3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat ataupun wilayah di mana penelitian dilakukan. Dalam penelitian ini, mengambil lokasi disaat event ponorogo *Thrift Market* berlangsung. Fokus peneliti dalam melakukan penelitian ini adalah pelaku usaha yang menjual barang thrift atau pakaian *branded second hand* tetapi belum diketahui keaslian mereknya.

4. Data dan Sumber Data Penelitian

a. Data

Data yang dihadirkan adalah berupa teks wawancara dan didapatkan melalui kegiatan wawancara Bersama dengan informan yang dijadikan sebagai sampel dalam penelitian.²⁰

- 1) Data tentang Event Ponorogo *Thrift Market*.
- 2) Data tentang penjaminan originalitas pakaian *branded second hand* di Event Ponorogo *Thrift Market*.
- 3) Data tentang bentuk ganti rugi oleh pelaku usaha.

b. Sumber Data

Sumber data adalah sumber di mana data dalam penelitian itu melekat dan atau dapat diperoleh.²¹ Sumber data pada penelitian ini adalah:

- 1) Sumber Data Primer yaitu sumber data penelitian yang digali secara langsung oleh peneliti kepada narasumber di lokasi.²²

²⁰ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012), 26.

²¹ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), 91.

²² Bagja Waluya, *Sosiologi Menyelami Fenomena Sosial di Masyarakat*, (Bandung: Setia Purna Inves, 2007), 79.

Data primer digali langsung oleh peneliti dari lokasi lapangan dengan wawancara secara langsung dengan sejumlah pelaku usaha diantaranya yaitu Habib pemilik toko *Thrift rRad*, Bryan pemilik toko *Initokonyamonto*, Ryan pemilik toko *Dizzy Store*, Revaldi pemilik toko *Dutastuf*, dan Manuel pemilik toko *Sumber Klambi*. Selain itu, terdapat juga di Event Ponorogo *Thrift Market* diantaranya yaitu Aulia, Amirul, Bima, Diana, dan Riski. .

- 2) Sumber Data Sekunder merupakan sumber data kedua setelah adanya data primer. Sumber data skunder dalam penelitian ini adalah informasi dari pelaku usaha *thrift* di *store* lain dan buku-buku yang relevan dengan masalah yang di kaji.

5. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini memerlukan data lapangan yang akurat, sehingga harus digunakan metode yang sesuai dengan objek penelitian. Teknik pengumpulan data berikut digunakan dalam penelitian ini:

a. Observasi

Penelitian ini dilakukan dengan cara observasi, yaitu mengamati gejala-gejala yang diteliti. Dalam hal ini indera manusia (penglihatan dan pendengaran) diperlukan untuk mendeteksi gejala yang diamati kemudian dicatat untuk analisis lebih lanjut. Dalam hal ini, penulis mengamati proses dari pelaksanaan transaksi jual beli penjaminan originalitas pakaian *branded second hand* dan ganti rugi di Event Ponorogo *Thrift Market*.

b. Wawancara

Wawancara adalah suatu pertemuan dimana dua orang atau lebih bertukar informasi dan gagasan melalui tanya jawab, sehingga wawancara dengan peneliti dapat dilakukan melalui kontak pribadi dengan narasumber dan mencakup tanya jawab. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan pemilik *stand/toko* di *Event Ponorogo Thrift Market*. Selain itu, peneliti juga melakukan wawancara terhadap pembeli pakaian *branded second hand* di *Event Ponorogo Thrift Market*.

c. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu cara menemukan data tentang suatu hal dan variabel dalam bentuk catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulensi, rapat, agenda, foto, dan lain-lain. Dibandingkan dengan cara lain, cara ini sedikit lebih mudah.²³ Penelitian ini akan didokumentasikan dalam bentuk foto lokasi penelitian dan data lokasi penelitian.

6. Analisis Data

Analisis data adalah proses pengambilan dan penyusunan data secara sistematis dari bahan-bahan seperti wawancara dan catatan lapangan agar hasilnya dapat dipahami dan dikomunikasikan kepada orang lain. Penelitian yang menyediakan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang yang diamati. Penalaran induktif merupakan

²³ Suharsimi Arikunto, *PROSEDUR PENELITIAN Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revisi VI), (Jakarta : PT. Asdi Mahasatya, 2006), 231.

suatu metode yang mengkaji gejala-gejala umum yang berkaitan dengan fenomena yang diteliti kemudian mengkhususkan pada gejala-gejala yang terjadi. Metode ini memungkinkan penulis untuk menyaring dan memberi bobot pada data yang dikumpulkan, dan metode ini dapat digunakan untuk menganalisis data guna mendapatkan jawaban sebenarnya atas pertanyaan tersebut.

Penalaran induktif merupakan suatu metode yang mengkaji fenomena-fenomena umum dalam kaitannya dengan fenomena yang akan diteliti, dan mengkhususkan pada gejala-gejala yang terjadi pada area tersebut. Dengan menggunakan metode ini, penulis dapat menyaring data yang dikumpulkan dan menggunakan metode ini untuk menganalisis data yang ada untuk mendapatkan jawaban sebenarnya dari permasalahan tersebut. Dalam penelitian ini penulis berangkat dari kasus yang terjadi dalam kegiatan jual beli pakaian *branded second hand* di event ponorogo *Thrift Market* dengan melihat etika pelaku usaha dalam menjamin keaslian pakaian *branded second hand* tersebut.

7. Pengecekan Keabsahan Data

Pengujian keabsahan data dalam penelitian merupakan suatu konsep penting yang bermula dari konsep validitas dan reliabilitas. Ciri-ciri utama penelitian adalah: akses langsung terhadap sumber data dalam kondisi alami, peneliti sebagai instrumen utama, penyajian data dalam bentuk kata-kata dan gambar, tidak ada penekanan pada angka-angka, mengutamakan proses dibandingkan produk dan pemahaman hingga

makna di balik data yang diamati.²⁴ Dalam penelitian ini, peneliti menguji reliabilitas melalui teknik triangulasi, atau memvalidasi dan mengklarifikasi data dari berbagai sumber. Teknik ini dapat dicapai dengan membandingkan data observasi dan wawancara. Peneliti dengan cepat meninjau data dari wawancara di tempat tentang proses transaksi jual beli dalam penjaminan originalitas pakaian *branded second hand* dan ganti rugi di Event Ponorogo *Thrift Market*.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini bertujuan agar pembaca mudah untuk memahami bahasan yang dikaji, di mana terbagi ke dalam lima bab dengan penjabaran susunannya sebagaimana berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, telaah pustaka, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II : UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN

KONSUMEN DAN ETIKA BISNIS ISLAM

Pada Bab ini berisi landasan teori undang-undang perlindungan konsumen mengenai pengertian UUPK, pihak-pihak yang terkait dalam perlindungan konsumen, tanggung jawab pelaku usaha atas

²⁴ Albi Anggito, Johan Setiawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Sukabumi : CV Jejak, 2018), 212.

kerugian yang di alami konsumen, perbuatan yang dilarang oleh pelaku usaha, hak kewajiabn konsumen, dan etika bisnis Islam tentang pengertian etika bisnis Islam, Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam, etika bisnis dalam perdagangan.

BAB III : GAMBARAN PELAKSANAAN JUAL BELI PAKAIAN *BRANDED SECOND HAND* DI EVENT PONOROGO *THRIFT MARKET*

Bab ini menjelaskan gambaran umum terhadap Event Ponorogo *Thrift Market*, pelaksanaan penjaminan originalitas dan bentu ganti rugi dalam jual beli pakaian *branded second hand* di Event Ponorogo *Thrift Market*.

BAB IV : TINJAUAN UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP JUAL BELI PAKAIAN *BRANDED SECOND HAND* DI EVENT PONOROGO *THRIFT MARKET*

Bab ini merupakan inti dari pembahasan dari penelitian skripsi. Bab ini didalamnya berisi mengenai bagaimana analisis tinjauan undang-undang perlindungan konsumen dan etika bisnis Islam terhadap bentuk penjaminan originalitas dan ganti rugi

dalam jual beli pakaian *branded second hand* di Event Ponorogo *Thrift Market*.

BAB V : PENUTUP

Bab kelima adalah penutup yang terdiri dari kesimpulan mengenai analisa pembahasan disertai dengan saran-saran.



BAB II
PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM UU NOMOR 8 TAHUN 1999
DAN ETIKA BISNIS ISLAM

A. Perlindungan Konsumen dalam UU Nomor 8 Tahun 1999

1. Pengertian Perlindungan Konsumen

Dengan adanya dasar hukum yang pasti, perlindungan terhadap hak-hak konsumen bisa dilakukan dengan penuh optimisme. Pengaturan tentang hukum perlindungan konsumen telah diatur dalam Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Berdasarkan Pasal 1 angka 1 UUPK disebutkan bahwa Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.

Kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen berupa perlindungan terhadap hak-hak konsumen, yang diperkuat melalui undang undang khusus, memberi harapan agar pelaku usaha tidak bertindak sewenang-wenang yang merugikan hak-hak konsumen.²⁵

Adapun tujuan penyelenggaraan, pengembangan dan pengaturan perlindungan konsumen yang direncanakan adalah untuk meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen, dan secara tidak langsung mendorong pelaku usaha dalam menyelenggarakan kegiatan usahanya dengan penuh rasa tanggung jawab. Pengaturan perlindungan konsumen dilakukan dengan:

²⁵ Happy Susanto, *Hak-hak Konsumen Jika Dirugikan*, (Jakarta: Visimedia, 2008). 4.

- a. Menciptakan perlindungan konsumen yang mengandung akses dan informasi, serta menjamin kepastian hukum.
- b. Melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan seluruh pelaku usaha pada umumnya.
- c. Meningkatkan kualitas barang dan pelayanan jasa.
- d. Memberikan perlindungan kepada konsumen dan praktik usaha yang menipu dan menyesatkan.
- e. Memadukan penyelenggaraan, pengembangan dan pengaturan perlindungan konsumen dengan bidang-bidang perlindungan pada bidang-bidang lainnya.²⁶

Kesewenang-wenangan akan mengakibatkan ketidak pastian hukum. Oleh karena itu, agar segala upaya memberikan jaminan akan kepastian hukum, secara kualitatif ditentukan dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen dan undang-undang lainnya yang juga dimaksudkan dan masih berlaku untuk memberikan perlindungan konsumen, baik dalam bidang hukum privat (perdata) maupun bidang Hukum Publik (Hukum Pidana dan Hukum Administrasi Negara). Keterlibatan berbagai disiplin ilmu sebagaimana dikemukakan diatas, memperjelas kedudukan Hukum Perlindungan Konsumen berada dalam kaitan Hukum Ekonomi.²⁷

²⁶ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*. (Jakarta: Kencana, 2013), 32

²⁷ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), 1.

a. Pihak-pihak yang Terkait dalam Perlindungan Konsumen

Pada dasarnya kegiatan produksi, distribusi, dan konsumsi sendiri tidak dapat lepas dari peran para pelaku usaha dan konsumen. Konsumen merupakan hal terpenting dalam melakukan setiap kegiatan usaha, karena tanpa adanya konsumen maka usaha yang dilakukan tidak akan berhasil.²⁸

Namun disisi lain banyak pelaku usaha yang menganggap remeh keberadaan konsumen dengan mengabaikan kepentingan konsumen dan haknya. Berikut beberapa istilah yang berkaitan dengan perlindungan konsumen:

- 1) Konsumen Konsumen secara umum adalah pihak yang mengkonsumsi suatu produk. Istilah konsumen berasal dari bahasa asing, consumer (Inggris), dan consumpten (Belanda). Menurut kamus hukum *Dictionary of Law Complete Edition* konsumen merupakan pihak yang memakai atau menggunakan barang atau jasa, baik untuk kepentingan diri sendiri maupun untuk kepentingan orang lain.
- 2) Pelaku usaha Pelaku usaha sering diartikan sebagai pengusaha barang dan jasa, dalam pengertian ini termasuk didalamnya pembuat, grosir, dan pengecer. Pasal 1 ayat (3) UUPK, memberikan pengertian pelaku usaha sebagai berikut: “Pelaku

²⁸ Asmai Ishak, “Pentingnya Kepuasan Konsumen Dan Implementasi Strategi Pemasarannya,” *Jurnal Siasat Bisnis* ed, no. 1 (2009): 1–11, <https://doi.org/10.20885/jsb.ed.khus1.art1>.

usaha adalah setiap perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”²⁹.

Dalam penjelasan Undang-undang Perlindungan Konsumen yang termasuk pelaku usaha yaitu perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor, dan lain-lain. Jadi pengertian pelaku usaha dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen tersebut luas sekali, karena pengertiannya tidak dibatasi.

2. Tanggung Jawab Pelaku Usaha atas Kerugian yang Dialami oleh Konsumen Berdasarkan Undang-undang Perlindungan Konsumen

Berdasarkan substansi Pasal 19 diketahui bahwa tanggung jawab pelaku usaha meliputi: Pasal 19, yang berbunyi “1. Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. 2. Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dapat berupa pengembalian uang atau pengembalian barang dan atau jasa pemberian santunan yang dengan ketentuan peraturan perundang-undangan 3. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi 4. Pemberian ganti

²⁹ Sidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Grasindo, 2000), 23.

rugi sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dan ayat 2 tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan 5. Ketentuan sebagaimana yang dimaksud pada ayat 1 dan ayat 2 tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen”.³⁰

Dalam penjelasan Undang-Undang Perlindungan Konsumen pelaku usaha memiliki tanggung jawab atas kerugian yang dialami oleh konsumen. Ganti rugi tersebut tidak lain adalah berupa pengembalian uang atau barang serta jasa pemberian santunan sebagaimana dijelaskan dalam undang-undang. Ganti rugi ini hanya dapat diberikan bilamana konsumen dapat membuktikan kepada pelaku usaha bahwa kesalahan tersebut berasal dari pelaku usaha.

3. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Berdasarkan Pasal 2 Undang-undang Perlindungan Konsumen ditentukan bahwa perlindungan konsumen berasaskan: manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen serta kepastian hukum.

Perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan lima asas yang relevan dalam pembangunan nasional, yaitu:

- a. *Asas manfaat*, dimaksud untuk mengamankan bahwa segala upaya dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberikan

³⁰ Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), 125.

manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.

- b. *Asas keadilan*, dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat bisa diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
- c. *Asas keseimbangan*, dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil dan spiritual.
- d. *Asas keamanan dan keselamatan konsumen*, dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
- e. *Asas kepastian hukum*, dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.³¹

4. Peran Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam Kegiatan Jual Beli

Di era pembangunan ekonomi dewasa ini kita menjumpai aneka produk barang dan/atau pelayanan jasa yang dipasarkan kepada konsumen.

³¹ Insan Tajali Nur, "Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha Jasa Transportasi Dalam Memberikan Pelayanan Maksimal Dan Kompensasi Kepada Konsumen (Legal Liability of Transportation Services Companys in Giving Maximal Service and Compensation to Consumer)" 2, no. 2 (2006): 105–11.

Pemasaran dilakukan oleh pelaku usaha melalui penawaran, promosi dan periklanan. Selain itu, globalisasi yang didukung oleh perkembangan ilmu dan teknologi komunikasi, juga telah menawarkan aneka cara orang melakukan transaksi dan meningkatkan transaksi penjualan. Perkembangan ini dapat memberikan manfaat kepada konsumen untuk memenuhi segala kebutuhannya dan kebebasan dalam memilih jenis dan kualitas barang dan atau jasa.³²

Namun di sisi lain, perkembangan tersebut dapat mengakibatkan ketidakseimbangan dan lemahnya kedudukan konsumen di mata pelaku usaha/pelaku bisnis/ pelaku ekonomi. Karena pelaku usaha/pelaku bisnis/pelaku ekonomi dapat mengeksploitasi konsumen untuk kepentingan perdagangan dan meraih keuntungan yang sebesar-besarnya. Apabila kondisinya sudah demikian, diperlukan adanya peran pemerintah dalam melindungi kepentingan konsumen.

Pengawasan oleh Negara dilakukan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen serta penerapan ketentuan peraturan perundangungannya. Pengawasan yang dilakukan oleh masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, selain atas penyelenggaraan perlindungan konsumen serta penerapan ketentuan peraturan perundangungannya, juga dilakukan atas barang dan atau jasa yang beredar di pasar. Bentuk pengawasan dilakukan dengan cara

³² Abdul R. Saliman, *Hukum Bisnis untuk Perusahaan*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), 214.

penelitian, pengujian dan atau survey. Aspek yang diawasi meliputi pemuatan informasi tentang resiko penggunaan barang, pemasangan dan kelengkapan info pada label/ kemasan, pengiklanan dan lain-lain.

Pada dasarnya persaingan dalam suatu perekonomian modern adalah sesuatu yang penting dan wajar sehingga pelaku ekonomi (pengusaha) wajar juga apabila menginginkan keuntungan yang optimal. Keuntungan tersebut harus diperoleh secara jujur dan wajar. Dalam kaitan ini, maka profesionalisme dalam menjalankan kegiatan ekonomi khususnya dalam dunia bisnis, merupakan suatu hal yang tidak bisa ditawar-tawar lagi.³³

Untuk melindungi atau memberdayakan konsumen diperlukan seperangkat aturan hukum. Oleh karena itu, diperlukan adanya campur tangan Negara melalui penetapan sistem perlindungan hukum terhadap konsumen. Berkaitan dengan itu telah disahkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen`

5. Perbuatan yang Dilarang bagi Pelaku Usaha Berdasarkan Undang-undang Perlindungan Konsumen

Perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha diatur dalam Pasal 8 Undang-undang Perlindungan Konsumen, yang berbunyi:

“(1) Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:

³³ Martha Eri Safira, *Aspek Hukum Dalam Ekonomi (Bisnis)*, (Ponorogo: CV. Nata Karya, 2017), 57.

- a. tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang undangan;³⁴
- b. tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
- c. tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
- d. tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- e. tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- f. tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
- g. tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
- h. tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label;
- i. tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan

³⁴ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999

- pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus di pasang/dibuat;
- j. tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku;
- (2) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.
- (3) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.
- (4) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran”.³⁵

6. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Sebelumnya telah kita ketahui bahwa UU Perlindungan Konsumen tidak hanya ditujukan semata-mata untuk mengatur hak dan kewajiban konsumen saja, tetapi juga hak dan kewajiban pelaku usaha. Hal ini dimaksudkan agar pelaku usaha juga mendapatkan jaminan hukum dari Negara, dan untuk menciptakan kenyamanan. Dalam berusaha serta menciptakan keseimbangan antara pelaku usaha dan konsumen. Untuk

³⁵ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999.

memberikan kepastian hukum dan kejelasan akan hak-hak dan kewajiban-kewajiban para pihak, Undang-undang Perlindungan Konsumen telah memberikan batasan mengenai hak-hak dan kewajiban kewajiban. Hak-hak dan kewajiban dari pelaku usaha sebagaimana diatur dalam Undang-undang Perlindungan Hukum Konsumen Pasal 6 tentang hak pelaku usaha, yang berbunyi:

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. Hak mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- e. Hak-hak lain yang diatur dalam ketentuan peraturan perundangundangan lainnya.³⁶

Sedangkan, Pasal 7 menjelaskan tentang kewajiban pelaku usaha, yang berbunyi:

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;

³⁶ Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UU RI No. 8 Tahun 1999), 7.

- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa 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 berdasar ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau jasa mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.³⁷

7. Hak dan Kewajiban Konsumen

Kewajiban utama konsumen adalah membayar sejumlah harga pembelian pada waktu dan tempat sebagaimana ditetapkan menurut perjanjian disepakati. Dalam hal ini harga yang harus dibayarkan adalah sejumlah uang. Sekalipun hal ini tidak tercantum dalam Pasal Undang-Undang, tetapi sudah termaktub dengan sendirinya di dalam pengertian jual beli.

³⁷ Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UU RI No. 8 Tahun 1999), (Jakarta: Sinar Grafika, 2013), 7.

Kewajiban konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 Pasal 5, yang berbunyi:

- 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.³⁸

Sedangkan, hak konsumen dijelaskan secara terperinci dalam Pasal 4 dan Pasal 5 Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999, yang berbunyi:

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa, 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 didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;

³⁸ Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UU RI No. 8 Tahun 1999), 5

- 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 dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- 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 perundangan lainnya.³⁹

B. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

Pengertian Etika Bisnis Etika berasal dari kata Yunani yaitu ethos yang berarti tempat tinggal, padang rumput, kandang, kebiasaan, adat, watak, perasaan, sikap, cara berpikir. Bentuk jamaknya adalah ta etha, yang berarti adat istiadat.⁴⁰

Pengertian etika di pahami sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan baik buruknya. Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normative karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh di lakukan seorang individu. Sedangkan bisnis mengandung makna sebagai aktivitas sebuah organisasi (perusahaan) yang kegiatan

³⁹ Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UU RI No. 8 Tahun 1999), 5.

⁴⁰ Sony Keraf dan Robert Haryono Imam, Etika Bisnis Membangun Citra. Bisnis Sebagai Profesi Luhur , (Yogyakarta: Salemba Empat, 2012), 3.

menyediakan barang dan jasa bertujuan untuk mendapatkan laba. Secara sederhana mempelajari etika bisnis dapat berupa pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis.⁴¹

Menurut Muhamad Amin Summa, Etika bisnis ialah ilmu yang membahas tentang usaha komersial dari sudut pandang baik buruk dan benar atau salah menurut ukuran moral, sedangkan etika bisnis Islam adalah serangkaian aktivitas dalam usaha yang dilakukan seseorang dengan perilaku yang sesuai dengan syari'at Islam. Ilmu yang dilakukan tentang perihal usaha ekonomi khususnya perdagangan dari sudut pandang baik buruk serta salah atau benar menurut standar akhlak.⁴²

Berdasarkan pengertian tersebut bahwa etika bisnis Islam adalah serangkaian aktivitas dalam usaha yang dilakukan seseorang dengan perilaku yang sesuai dengan syari'at Islam. Etika merupakan landasan perilaku manusia yang dijadikan pedoman yang berlaku dalam masyarakat dan mengkaji tentang baik dan buruknya perilaku manusia yang diterima oleh akal.

2. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam

Prinsip umum etika bisnis Islam adalah karakter bisnis yang sangat menentukan sukses tidaknya sebuah bisnis yang harus dimiliki pebisnis muslim atau muslimat yang menghendaki kesuksesan dalam berbisnis. Adapun prinsip-prinsip etika bisnis meliputi:

⁴¹ Rafik Issa Beekun, *etika bisnis islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 3.

⁴² Faisal Badroen. *Etika Bisnis Islam*, (Jakarta: Putra Grafika, 2012), 70.

a. Keesaan (Tauhid)

Sistem etika Islam, yang meliputi kehidupan manusia di bumi secara keseluruhan selalu tercermin dalam konsep tauhidullah (pemahaesaan Allah). Dalam pengertian yang lebih dalam, konsep tauhid merupakan dimensi vertikal Islam. Artinya memadukan segi politik, ekonomi, sosial, dan religius dalam kehidupan manusia.

b. Keadilan

Pengertian adil dalam Islam bertujuan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta, dan Allah dan Rasulnya berlaku sebagai ditempatkan sebagaimana semestinya (sesuai aturan syari'ah). Berlaku adil akan dekat dengan taqwa, karena itu dalam berniaga Islam melarang untuk menipu walaupun hanya sekedar membawa keraguan pada kondisi yang menimbulkan keraguan sekalipun.

c. Kejujuran

Etika dan akhlak Islam dalam berbisnis lainnya adalah bersikap jujur ddalam menjalankan roda bisnis. Kejujuran merupakan sifat terpuji dan akhlak Islam yang utama. Makan jujur adalah hendaknya seorang pengusaha selalu bersikap jujur dalam transaksi jual belinya, dengan disertai kejelasan.⁴³

⁴³ Asyraf Muhammad Dawabah, *Nahwa Rojuli a'maal Islami*, (Jakarta : Pustaka Al-Kautsar, 2005), 65.

d. Kesetiaan atau Kepatuhan

Kesetiaan melahirkan kepatuhan dan kepatuhan melahirkan kesetiaan. Kesetiaan dan kepatuhan sangat penting dalam dunia bisnis Islam. Dalam bisnis kesetiaan mencakup hubungan antara pelanggan dengan para pemasok (supplier) dan hal ini berlaku secara timbal baik.

e. Tanggung Jawab

Allah menetapkan Batasan apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan membuatnya bertanggung jawab atas semua yang dilakukan. Kebebasan harus di imbangi dengan pertanggungjawaban jika ketentuan-ketentuan keseimbangan Allah terpenuhi.

f. Kehendak Bebas

Kebebasan merupakan bagian penting dalam etika bisnis Islam, tetapi kebebasan ini tidak merugikan kepentingan kolektif. Kebebasan individu dalam etika bisnis Islam diakui selama tidak bertentangan dengan kepentingan sosial yang lebih besar atau sepanjang individu itu tidak melangkahi hak-hak orang lain.⁴⁴

3. Prinsip Etika Bisnis Islam dalam Perdagangan

Islam mewajibkan setiap muslim untuk bekerja yang didasarkan pada iman, etika kerja, dan akhlak Islam. Akhlak yang baik diperlukan untuk mencegah terjadinya kecurangan, apalagi dalam bersinis. Bisnis yang dibangun berdasarkan kaidah Al-Qur'an dan hadist akan

⁴⁴ Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Putra Grafika, 2012), 96.

menghantarkan para pelakunya mencapai sukses dunia akhirat. Aktivitas perdagangan merupakan salah satu dari aspek kehidupan yang bersifat horizontal, yakni masalah-masalah yang berkenaan dengan hubungan antarmanusia dalam kehidupan bermasyarakat. Oleh karena itu, dalam perdagangan perilaku etika bisnis mendidik para pelaku bisnis dalam menjalankan bisnisnya dengan takwa, sederhana atau rendah hati (aqsid), melayani dengan baik (khidmad), dan amanah.⁴⁵

Dalam bentuk perdagangan selama tidak lepas dari nilai-nilai tersebut dibenarkan dalam Islam. Demikian [asa Islam mendukung perdagangan yang membawa manfaat apapun untuk kesejahteraan manusia dengan, tetap mendasarkan diri pada sejumlah prinsip tertentu. Islam memiliki prinsip prinsip utama dalam perdagangan selain kejujuran dan kepercayaan serta ketulusan juga di perlukan beberapa prinsip lain seperti:

a. Tidak melakukan sumpah palsu

Sumpah palsu yang di lakukan oleh pedagang biasanya dengan motif dan tujuan untuk mayakinkan pihak lain (konsumen) bahwa jasa yang diperdagangkannya tidak mengandung cacat meskipun kenyataannya tiak demikian,

b. Takaran dengan baik dan benar

Prinsip ini menadapat sorotan tajam tentang kondisi yang dialami pedagang yang curang. Landasan perdagangan yang

⁴⁵ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 187.

mengedepankan nilai kejujuran dengan cara memenuhi takaran dengan baik menunjukkan bahwa Islam menetapkan dan menempatkan pelaku perdagangan yang menganut separangkat prinsip-prinsip dan nilai-nilai etika memiliki cangkupan makna yang luas.

c. I'tikad baik

Iktikad artinya kepercayaan, keyakinan yang teguh (kuat), juga bisa diartikan dengan kemauan dan maksud. Kata kata itikad baik menunjukkan adanya kemungkinan itikad buruk bagi orang/pihak tertentu dalam melakukan hubungan bisnis.

Secara umum siapapun dilarang berbisnis dan memiliki barang-barang dan hasil dzalim. Baik perbuatan dzalim itu di lakukan dengan cara curang, menipu, mencuri, membeli dengan harga rendah atau menjual dengan memaksa dan lian-lain. Adapun indicator dan bukti bahwa banyak sekali praktik perdagangan yang berlaku dimasyarakat yang sudah menyimpang dari nilai-nilai syariat, seperti:⁴⁶

- a. Perdagangan yang masih mengandung unsur ribawi.
- b. Manipulasi harga dengan memanfaatkan ketidaktahuan.
- c. Perdagangan yang mengandung unsur kebohongan, baik dari sisi kuantitas, kualitas, harga atau penyerahan. Artinya dalam perdagangan harus bersih dari unsur-unsur kebohongan.

⁴⁶ Nuriyah Nuraini dan Yunaita Rahmawati, "Analisis Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Klitik Kecamatan Kismantoro Kabupaten Wonogiri," *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research* 2, no. 2 (2023): 259–76, <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v2i2.954>.

Jika seorang pelaku usaha ingin mendapatkan rezeki yang berkah dan dengan profesi sebagai pedagang yang ingin dinaikan derajatnya serta dengan para Nabi, maka harus mengikuti syarat-syarat Islam termasuk etika dalam perdagangan.



BAB III

GAMBARAN PELAKSANAAN PRAKTIK JUAL BELI PAKAIAN BRANDED SECOND BRAND DI EVENT PONOROGO THRIFT MARKET

A. Gambaran Umum Event Ponorogo Thrift Market

Event diartikan sebagai sebuah kegiatan atau peristiwa yang sengaja dibuat untuk membangun interaksi dengan para pengunjung sehingga memberikan pengalaman yang menarik dan mengesankan secara langsung. Oleh karena itu, event didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia, baik secara individual ataupun kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi, dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan dalam satu waktu tertentu.⁴⁷

Menurut Troy Hasley Ecebt dikatakan bahwa event merupakan sebuah peristiwa yang direncanakan untuk kepentingan tertentu. Sedangkan O'Tool dan Mikolaitis memaknai event sebagai bagian dari fungsi pemasaran dan diselenggarakan guna mencapai tujuan perusahaan.⁴⁸ Jadi, event adalah suatu agenda, kegiatan atau festival tertentu yang menunjukkan, menampilkan dan merayakan peringatan akan hal-hal penting yang diselenggarakan pada waktu tertentu dengan tujuan mengkomunikasikan

⁴⁷ Any Noor, *Management Event*, (Bandung: Alfabeta, 2009), 7

⁴⁸ Phyllis Mikolaitis O'Toole William, *Corporate Event Management*, (Jakarta: PPM, 2007), 10.

pesan-pesan kepada pengunjung.

Penyelenggaraan event sendiri juga menjadi kegiatan tahunan yang diselenggarakan di wilayah Kabupaten Ponorogo, salah satunya yaitu Ponorogo *Thrift Market*. Event Ponorogo *Thrift Market* merupakan suatu kegiatan ataupun festival pasar baju bekas yang pada umumnya digelar satu hingga dua kali dalam satu tahun. Di tahun 2023 event ini diselenggarakan selama 5 (lima) hari yaitu pada 1 sampai dengan 5 November. Meskipun ditengah isu pemberlakuan larangan *thrift*, akan tetapi pelaksanaan event ini juga telah melalui prizinan yang resmi dari pihak berwajib yaitu kepolisian setempat. Selain itu, tentu dengan memenuhi prosedur penyelenggaraan kegiatan yang telah ditentukan oleh pemilik tempat baik itu Ponorogo City Center ataupun Gedung Bakti Ponorogo. Ponorogo *thrift market* sendiri digagas oleh lima pemilik *store thrifthing*, salah satu adalah Anwar sebagai CEO dari event ini.

Dalam event ini tidak hanya diikuti oleh pelaku usaha local atau asli wilayah Ponorogo, akan tetapi juga 26 lainnya yang berasal dari berbagai wilayah seperti halnya Madiun, Ngawi, Magetan, Caruban, dan sekitarnya. Sejumlah store yang mengikuti event Ponorogo *Thrift Market* adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Store di Event Ponorogo *Thrift Market*⁴⁹

No	Store (Toko)
1.	Bajuku.byarlmil
2.	Baharisecond.stuf

⁴⁹ Daftar Store di Event Ponorogo *Thrift Market*

Tabel 3.1
Lanjutan

3.	Thriftzy.second
4.	Dizzy.store
5.	Deventas.id
6.	Bakolklambi
7.	Madiunsecondhand
8.	Bunda.bi.family.thrift
9.	Martandon.store
10.	702.space x gemes.studio
11.	Dutastuf
12.	Merci_2nda
13.	Loly.thrift
14.	Poplavis.id x initokonya.monto
15.	Mopal sumber myp
16.	Sumber Klambi
17.	Thriftby.ou
18.	Bakul gombal
19.	Batik_brandid00ponorogo
20.	Mbok e fashion
21.	Mboiss_senpai
22.	Markas_mdn
23.	Pantes_project
24.	Minimalshoes.mdn
25.	Sragensecondbrand
26.	Thrift road

Sejumlah *store* (toko) diatas tidak hanya memasarkan pakaian saja, akan tetapi juga sepatu, jaket, topi, celana, baju, dan kemeja yang kesemuanyamerupakan jenis *thrift* atau bekas. Harga yang ditetapkan berada dikisaran Rp 50.000,- hingga Rp 500.000,- menyesuaikan dengan kondisi dan merek pakaian yang diperjualbelikan.

Tujuan daripada Ponorogo *Thrift Market* sebagaimana dijelaskan oleh Anwar selaku CEO Event tidak lain adalah untuk membangun semangat pelaku usaha UMKM khususnya dalam dunia *thrifting* atau pakaian bekas baik di wilayah Ponorogo ataupun daerah

lainnya.⁵⁰ Kegiatan ini juga merupakan upaya untuk memulihkan kondisi pasaran pakaian bekas yang terdampak akibat pandemi beberapa tahun terakhir di mana banyak *store* atau toko yang harus tutup dan mengalami kerugian yang tidak sedikit. Oleh karena itu, dengan adanya event Ponorogo *Thrift Market* konsumen dapat kembali mengakses pasar pakaian bekas sehingga tidak hanya dapat dijangkau secara online akan tetapi juga offline.

B. Penjaminan Originalitas dalam Praktik Jual Beli Pakaian *Branded Second Hand* di Event Ponorogo *Thrift Market*

Dalam praktiknya, pelaksanaan event Ponorogo *Thrift Market* tidak jauh berbeda dengan kegiatan transaksi jual beli yang terjadi di pasar pada umumnya. Di mana pelaku usaha akan menawarkan barangnya kepada konsumen, akan tetapi dikarenakan event ini memperjualbelikan pakaian bekas maka yang menjadi pembeda adalah konsumen akan menanyakan apakah barang yang dijual merupakan merek yang asli ataupun KW. Meski demikian, tidak semua konsumen memahami bagaimana cara membedakan barang *thrifty* yang akan mereka beli, oleh karena itu pelaku usaha memiliki peran dalam memastikan kepada konsumen bahwa barang yang dijual merupakan produk asli.

Hal demikian, dapat ditemui dalam event Ponorogo *Thrift Market*. Bertepatan dengan event ini, Amirul selaku konsumen yang pertama kali

⁵⁰ Anwar, CEO Event Ponorogo *Thrift Market*, Hasil Wawancara, Ponorogo, 03 November 2023

mengunjungi event memiliki ketertarikan terhadap dunia *thrifting*, namun sulit untuk memastikan apakah dapat menentukan barang yang dibelinya memiliki kualitas ori ataupun asli. Sebagaimana wawancara berikut.

“Saya baru pertama kali mengunjungi Event Ponorogo *Thrift Market* ini, mas. Jujur saya tertarik sekali dengan dunia *thrifting*, akan tetapi sepertinya saya mengalami kesulitan untuk membedakan mana brand asli atau second brand yang memiliki kualitas bagus.”⁵¹

Hal demikian, juga menjadi problematika bagi Bima salah seorang konsumen yang juga baru menekuni dunia *thrifting*. Di mana sejauh ini masih mengalami kesulitan untuk membedakan mana pakaian bekas yang ori dengan kualitas baik dan tidak.⁵² Pengetahuan konsumen ini hanya sebatas pakaian *second brand thrift* berasal dari luar negeri dan sudah pasti memiliki kualitas baik serta original. Oleh karenanya, tidak kesemua konsumen memahami originalitas barang *thrift* yang mereka beli.

Pemahaman konsumen tentang produk yang diperjualbelikan di event Ponorogo *Thrift Market* juga diperlukan untuk mengklasifikasikan jenis barang *thrifting* yang akan dibeli. Hal ini karena terdapat 2 jenis kualitas yang ditawarkan 26 *store* atau toko yang tersedia, yaitu jenis *gemoy* yang mana standar kualitas pakaian tersebut dikatakan baik dan tidak memiliki merek. Disamping itu, juga terdapat *branded second hand* yaitu pakaian bekas bermerek yang dijual oleh pelaku usaha dengan harga jauh berbeda dengan harga aslinya dan merupakan merek ternama. *Second brand* ini meliputi:

⁵¹ Amirul, Konsumen, Hasil Wawancara, Ponorogo, 3 November 2023

⁵² Bima, Konsumen, Hasil Wawancara, Ponorogo, 3 November 2023

Table 3.2**Daftar Produk *Branded Second Hand* di Event Ponorogo Thrift Market 2023⁵³**

No	Brand	Harga
1.	Dickies	Rp 180.000,- - Rp 200.000,-
2.	Gap	Rp 180.000,- - Rp 200.000,-
3.	Nike	Rp 200.000,-
4.	Adidas	Rp 200.000,-
5.	Stone Island	Rp 500.000,- - Rp 700.000

Dalam event Ponorogo *Thrift Market* sendiri hanya 5 *store* atau toko yang menjual pakaian bekas jenis *branded second hand* sendiri. Kelima *store* atau toko tersebut adalah sebagai berikut:

Table 3.3**Daftar Store Pakaian Bekas Jenis *Branded second hand*⁵⁴**

No	Store	Pemilik
1.	Thrift road	Habib
2.	Initokonyamonto	Bryan
3.	Dizzy.store	Ryan
4.	Dutastuf	Revaldi
5.	Sumber Klambi	Manuel

Alasan pemilihan jenis produk *thrifting* ini sendiri adalah pelaku usaha menilai bahwa *branded second hand* memiliki daya tarik yang lebih dimata konsumen. Sebagaimana hasil wawancara dengan pelaku usaha *store* *thriftroad*.

“Karena event ini kan hanya lima hari ya mas, jadi kami berusaha untuk menarik minat konsumen dengan menjual pakaian bekas jenis *branded second hand* ini. Karena mau tidak mau kami juga berkompetisi dengan 25 *store* lainnya, jadi bagaimana caranya ini menjadi keunggulan dari *store* kami dan salah satu caranya ya memberitau bahwa pakaian yang saya jual itu ori mas.”⁵⁵

⁵³ Daftar Produk *Branded second hand* di Event Ponorogo Thrift Market 2023

⁵⁴ Daftar Store Pakaian Bekas Jenis *Branded second hand*

⁵⁵ Habib, Pelaku Usaha, *Hasil Wawancara*, 03 November 2023

Hal ini juga dinyatakan oleh pemilik store *dutastuft* yang dimana pemilik store *dutastuf* memiliki alasan kenapa mengklaim produknya asli. Sebagaimana hasil wawancara dengan pelaku usaha store *dutastuf*.

“Kalau dari saya ya mas, saya bilang gitu pastinya ya biar cepat laku mas kalo nggak gitu saya lama balik modalnya apa lagi event ini kan hanya 5 hari saja”⁵⁶

Meski demikian, problematika yang terjadi adalah bagaimana beberapa pelaku usaha tidak secara rinci menjelaskan kepada konsumen bahwa pakaian bekas yang dijual memiliki originalitas atau sebaliknya. Pelaku usaha cenderung hanya mengatakan barang tersebut ori atau asli tanpa menyampaikan secara spesifik apa yang membedakannya dengan barang KW. Terlebih jenis *branded second hand* yang sulit untuk diteliti keaslinannya karena memiliki tingkat kemiripan yang tinggi baik dari segi jahitan ataupun *tag* yang digunakan. Sebagaimana disampaikan oleh *owner dzzy.store*:

"Saya beli barang dalam bentuk ball mas. Ball tersebut saya Iya mas saya beli dari bandung tetapi ball tersebut dari ball korea. Pakaian yang ada di ball itu semua nantinya akan saya jual Kembali. Kalo pakaian yang didalam ball itu terjamin asli atau ori itu belum tentu semuanya mas tetapi kalo di bilang ada yang ori ya ada."⁵⁷

Meski demikian, dalam praktiknya berdasarkan hasil observasi peneliti terhadap lima store di Event Ponorogo *Thrift Market* terdapat beberapa upaya yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk memberikan

⁵⁶ Revaldi, Pelaku Usaha, *Hasil Wawancara*, 03 November 2023

⁵⁷ Riyan, Pelaku Usaha, *Hasil Wawancara*, 03 November 2023

jaminan originalitas kepada konsumen terhadap barang thrift yang diperjualbelikan. Upaya tersebut adalah dengan menyortir terlebih dahulu pakaian yang dikategorikan *branded second hand* ori atau asli dengan KW meskipun tidak mengatakan kepada konsumen secara rinci. Sehingga, pelaku usaha dapat memperkirakan harga serta untung yang akan diperoleh.

C. Pelaksanaan Ganti Rugi dalam Jual Beli Pakaian *Branded Second Hand* di Event Ponorogo *Thrift Market*

Terjadinya kegiatan transaksi jual beli tidak hanya memberikan kepuasan baik bagi pelaku usaha ataupun konsumen, akan tetapi juga menimbulkan beberapa permasalahan apabila tidak dijalankan dengan penuh tanggung jawab diantara kedua belah pihak. Oleh karenanya, akad memiliki peranan penting dalam menjamin terlaksananya kewajiban kedua belah pihak, sehingga hak-hak yang didapatkan akan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati. Termasuk dalam event Ponorogo *Thrift Market* sendiri, salah satu permasalahan yang terjadi adalah bentuk *complain* atau ketidakpuasan konsumen atas produk yang telah diperjualbelikan.

Complain atau ketidakpuasan akan akad jual beli di event Ponorogo *Thrift Market* pernah terjadi sebagaimana Diana selaku konsumen kepada pelaku usaha atas barang yang diterimanya ternyata tidak sesuai dengan aslinya.

“Iya mas pernah tertipu karena saya masih awam terhadap pakaian *branded second hand* thrift saat itu. Jadi saya membeli jaket hoodie merek Adidas, saat sebelum transaksi pedagang mengatakan bahawa hoodie tersebut ori. Saya percaya pada waktu itu, karena pedagang menjamin bahwa memang produk tersebut ori. Akan tetapi, selang beberapaminggu ternyata hoodie yang saya beli berbeda dengan teman saya. Perbedaan tersebut ternyata memang sangat tipis mas, hanya di tagnya saja jadi sulit untuk ditemukan perbedaannya saat transaksi tempo haridan saya juga minta ganti rugi melalui whatsapp dan ternyata ga bisa diganti dengan alasan pakain tersebut telah disortir.”⁵⁸

Hal yang terjadi oleh diana juga serupa dengan yang dialami oleh aulia yang dimana dalam praktiknya Aulia selaku konsumen menyatakan bahwa sang pelaku usaha menyatakan pakaian *branded second hand* yang dijualnya ori tetapi selang beberapa waktu dipakai ternyata pakaian tersebut tidak sesuai dengan apa yang dikatakan oleh pelaku usaha, sebagaimana wawancara berikut.

“Sejauh ini, ketika saya akan membeli produk thrift dalam event Ponorogo *Thrift Market* pelaku usaha mengatakan itu ori mas tetapi waktu saya tanya umpama nggak ori apakah bisa diganti atau tidak pelaku usaha mengatakan tidak bisa di ganti mas”⁵⁹

Pada umumnya, konsumen akan menanyakan kepada pelaku usaha tentang bentuk ganti rugi yang akan diberikan jika barang yang telah diperjualbelikan tidak sesuai dengan ketentuan original yang berlaku atau dapat dikatakan sebagai barang KW. Pelaku usaha tidak memberikan ganti rugi kepada konsumen apabila terjadi complain dikemudian hari. Sebagaimana hasil wawancara dengan pemilik store *sumber klambi* berikut.

⁵⁸ Diana, Konsumen, *Hasil Wawancara*, 03 November 2023

⁵⁹ Aulia, Konsumen, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 03 November 2023

“Diawal kami sudah mengatakan kepada konsumen bahwa tidak ada ganti rugi yang diberikan mas apabila terjadi complain di kemudian hari. Ya mau gimana lagi mas kami juga mendapatkan barangkan dari ball dan juga sudah kami sortir mana yang second brand dan mana yang bukan”⁶⁰

Maka demikian, pelaku usaha menyampaikan tetap akan memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji apakah pakaian bekas yang akan dibelinya merupakan ori. Akan tetapi, hal tersebut hanya diperkenankan pada saat transaksi antara pelaku usaha dengan konsumen sedang berlangsung. Artinya, pelaku usaha tidak akan menerima pengaduan atau *complain* beberapa hari setelah transaksi jual beli terjadi.

Oleh karenanya, berdasarkan hasil observasi, pelaku usaha memang tidak memberikan ganti rugi. Hal tersebut sebagaimana disampaikan oleh pemilik *sumber klambi* mengatakan bahwa tidak memberikan ganti rugi disebabkan karena pelaku usaha merasa bahwa pakaian tersebut merupakan asli atau ori. Pelaku usaha juga mengklaim bahwa produk telah lebih dahulu disortir dengan baik sedangkan konsumen mengatakan pakaian tersebut tidak ori karena konsumen merasa bahwa tag yang ada pada pakaiannya tidak sama dengan pakaian asli yang dimiliki oleh temannya.

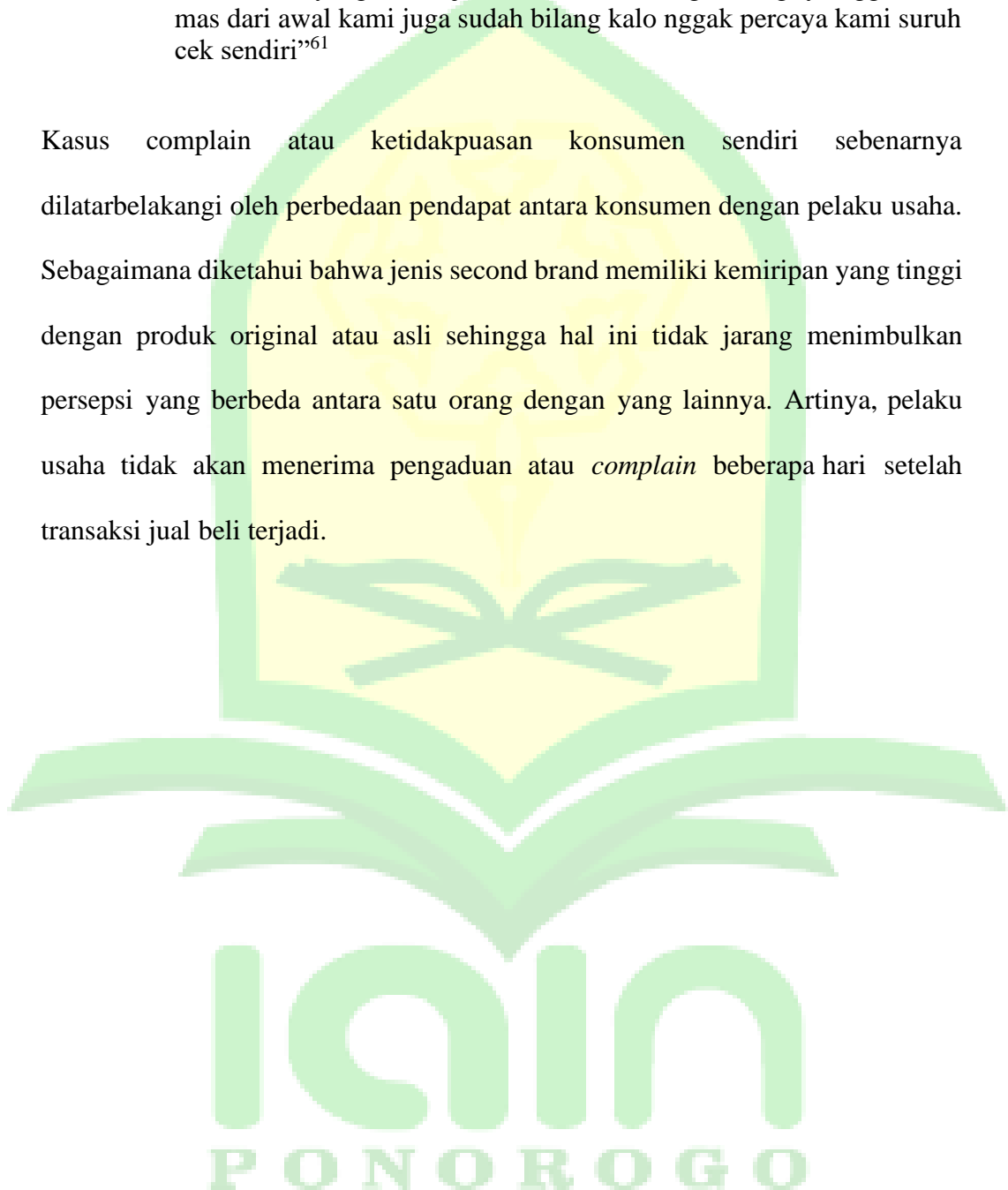
Alasan terhadap ganti rugi tersebut juga dinyatakan oleh pemilik store *initokonyamonto* yang dimana alasan pemilik store tidak memberikan ganti rugi kepada konsumen yaitu dikarenakan perbedaan pemahan terhadap barang

⁶⁰ Habib, Pelaku Usaha, *Hasil Wawancara*, 04 November 2023

tersebut. Sebagaimana hasil wawancara berikut

“ya karna pakaian tersebut sudah kami sortir ya mas mana yang second brand mana yang bukan jadi kalo mau minta ganti rugi ya nggak bisa mas dari awal kami juga sudah bilang kalo nggak percaya kami suruh cek sendiri”⁶¹

Kasus complain atau ketidakpuasan konsumen sendiri sebenarnya dilatarbelakangi oleh perbedaan pendapat antara konsumen dengan pelaku usaha. Sebagaimana diketahui bahwa jenis second brand memiliki kemiripan yang tinggi dengan produk original atau asli sehingga hal ini tidak jarang menimbulkan persepsi yang berbeda antara satu orang dengan yang lainnya. Artinya, pelaku usaha tidak akan menerima pengaduan atau *complain* beberapa hari setelah transaksi jual beli terjadi.



⁶¹ Bryam, Pelaku Usaha, *Hasil Wawancara*, 03 November 2023



BAB IV

TINJAUAN UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP JUAL BELI PAKAIAN *BRANDED SECOND HAND* DI EVENT PONOROGO *THRIFT MARKET*

A. Tinjauan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Etika Bisnis Islam Terhadap Penjaminan Originalitas dalam Jual Beli Pakaian *Branded second hand* di Event Ponorogo *Thrift Market*

1. Tinjauan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Terhadap Penjaminan Originalitas

Kepastian hukum merupakan kebutuhan krusial yang harus dijamin keberadaannya guna memberikan perlindungan baik bagi pelaku usaha ataupun konsumen. Hal ini menjadi dasar urgensi pengimplementasian Undang-Undang Perlindungan Konsumen dengan tujuan baik pelaku usaha ataupun konsumen dapat menjalankan kewajiban masing-masing sehingga dapat diperoleh hak yang seharusnya. Juga menjadi penyelesaian apabila dikemudian hari terjadi ingkar janji oleh salah satu pihak.

Salah satu permasalahan yang sering muncul adalah kesewenangan yang berujung pada ketidakpastian hukum. Oleh karena itu, segala upaya untuk menjamin kepastian hukum, baik dalam bidang hukum privat (hukum perdata) maupun dalam bidang hukum publik, secara kualitatif diatur dalam undang-undang perlindungan konsumen dan undang-undang lain yang berfungsi untuk menjamin perlindungan konsumen. Dimasukkannya berbagai bidang keilmuan yang diuraikan di

atas menunjukkan kedudukan hukum perlindungan konsumen dalam kaitannya dengan hukum dagang.⁶²

Begitu dengan kegiatan penjaminan originalitas dalam praktik jual beli pakaian bekas di *Event Ponorogo Thrift Market*, mengingat barang yang diperjual belikan merupakan pakaian bekas bermerek, sehingga diperlukan pemenuhan kewajiban pelaku usaha dalam menjamin keaslian produk sehingga hak konsumen dalam hal ini dapat terpenuhi. Maka pelaksanaan jual beli di *Event Ponorogo Thrift Market* dapat ditinjau dari sisi hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha sebagaimana dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

a. Ditinjau dari Hak Konsumen

Sebagaimana dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, konsumen memiliki beberapa hak yang harus didapatkan dalam kegiatan transaksi jual beli dengan pelaku usaha. Tak terkecuali bagi konsumen di *Event Ponorogo Thrift Market*. Berdasarkan Pasal 4 huruf (b) yang berbunyi “Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa, sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan,”⁶³

Dari pasal tersebut yang menjelaskan tentang perolehan hak bagi konsumen dalam hal jual beli yang tentunya bisa didapatkan bagi semua konsumen akan originalitas dari barang yang mereka beli di

⁶² Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), 1.

⁶³ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Event Ponorogo Thrift Market ini. Akan tetapi, peneliti menemukan kejanggalan akan pelaksanaan jual beli pakain bekas yang ada di kegiatan ini. Seperti halnya pemaparan dari pelaku usaha/ *owner dutastuft* yang mengikuti event ini mengatakan bahwasannya penagkuan original sendiri merupakan strategi pemasaran agar produk yang diperjualbelikan cepat laku karena event yang digelar hanya berlangsung selama lima hari.⁶⁴

Dari pernyataan tersebut bisa diartikan bahwa dalam hak konsumen belum terpenuhi di mana pelaku usaha yaitu Habib dan sekaligus pemilik store *thrift road* tidak dapat memberikan jaminan originalitas terhadap produk pakaian bekas yang dijualnya. Pelaku usaha cenderung fokus untuk mencari keuntungan tanpa memperhatikan sisi originalitas atau keaslian produk *thrift* yang dijualnya.

Disamping itu, dalam Pasal 4 huruf (c), juga disebutkan bahwa “*Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;*”. Berdasarkan pasal tersebut hak konsumen juga belum terpenuhi dalam pelaksanaan *Event Ponorogo Thrift Market* karena dari pengamatan yang dilakukan oleh peneliti saat itu, Habib selaku pelaku usaha *thriftroad* tidak memberikan dan memaparkan informasi secara jujur kepada konsumen pada saat

⁶⁴ Revaldi, Pelaku Usaha, *Hasil Wawancara*, 03 November 2023

transaksi jual beli berlangsung tentang bagaimana ciri-ciri ataupun perbedaan pakaian bekas bernerek ori dengan KW.

Hal ini didukung oleh pernyataan salah satu konsumen bernama Diana. Diana memberikan pernyataan bahwa pemilik took dalam kegiatan ini tidak menjelaskan apa saja perbedaan dari pakain ori ataupun pakain KW yang dijual mereka.⁶⁵

Dari pernyataan tersebut dapat diartikan bahwa pelaku usaha dalam kegiatan ini tidak ada kejujuran dan jaminan akan barang yang mereka jual. Sehingga konsumen yang baru saja masuk dalam dunia *thrifting* banyak dirugikan karena minimnya informasi yang didapatkan tentang originalitas produk yang dibelinya.

b. Ditinjau dari Kewajiban Pelaku Usaha

Berdasarkan Pasal 7 huruf (b) Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 yang berbunyi “*memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.*” Maka dalam jual beli pakaian bekas yang dilakukan dapat dikatakan bahwa kewajiban Habib sebagai pelaku usaha belum sesuai dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Habib sebagai pelaku usaha tidak mengatakan secara jelas, jujur, dan terperinci mengenai detail produk pakaian bekas bermerek yang dijualnya. Pelaku usaha menyatakan bahwa pakaian *branded second*

⁶⁵ Diana, Konsumen, *Hasil Wawancara*, 03 November 2023

hand tersebut merupakan hasil *import* yang dibeli dengan sistem *ball*, sehingga pasti ada penvampuran antara jenis pakaian *branded second hand* ori dengan KW.⁶⁶

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa praktik jual beli pakaian *branded second hand* di Event Ponorogo *Thrift Market* belum sepenuhnya sesuai dengan Pasal yang termuat dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Di mana pelaku usaha belum memenuhi kewajibannya dalam memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur terkait dengan jaminan originalitas pakaian bekas bermerek yang diperjualbelikan, sehingga hak konsumen untuk memperoleh jaminan pada akhirnya tidak terpenuhi.

2. Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Penjaminan Originalitas

a. Ditinjau dari Prinsip Keesaan (Tauhid)

Dalam etika Islam, sehubungan dengan kehidupan manusia di bumi secara keseluruhan selalu tercermin dalam konsep tauhidullah (pemahaesaan Allah). Oleh karenanya, dalam arti yang lebih mendalam, konsep tauhid merupakan dimensi vertical dalam Islam. Artinya bahwa ada perpaduan dari berbagai segi kehidupan manusia baik meliputi politik, ekonomi, sosial, dan religiusitas.

Dalam praktik jual beli pakaian *branded second hand* yang diamati oleh peneliti di event Ponorogo *Thrift Market* terhadap bentuk penjaminan originalitas juga berkaitan dengan prinsip keesaan (tauhid).

⁶⁶ Habib, Pelaku Usaha, *Hasil Wawancara*, 03 November 2023

Di mana hal ini dilakukan dengan pihak pelaku usaha melakukan akad perjanjian bersama dengan konsumen dalam melakukan transaksi jual beli, artinya bahwa terjadi perikatan antara kegiatan ekonomi dengan religiusitas melalui akad yang dilakukan.

b. Ditinjau dari Prinsip Keadilan

Dalam Islam, adil bertujuan untuk memastikan bahwa hak-hak orang lain diperlakukan secara tepat sesuai hukum Syariah. Bersikap adil berarti dekat dengan Tuhan. Oleh karena itu, Islam melarang pelaku ekonomi berbuat curang dalam berbisnis, meskipun hal tersebut dapat menimbulkan kecurigaan dalam keadaan yang menimbulkan kecurigaan.

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan di lapangan, di dapat fakta bahwa originalitas pakaian bekas bermerek yang dijual di *Event Ponorogo Thrift Market* ini masih diragukan. Hal tersebut karena dari pelaku usaha tidak menjelaskan secara terperinci kepada konsumen bagaimana karakteristik pakaian bekas yang ori dengan KW, sehingga konsumen yang rata-rata baru terjun didalam dunia *thrufting* tidak mengetahui apakah produk yang akan beli merupakan ori atau KW. Hal tersebut bertentangan dengan prinsip Etika Bisnis Islam khususnya prinsip keadilan, dimana seorang pelaku usaha menimbulkan adanya keraguan terhadap konsumen akan jaminan originalitas produk *thrift* yang diperjualbelikan.

c. Ditinjau dari Prinsip Kejujuran

Kejujuran adalah sikap jujur dalam segala kegiatan ekonomi yang dilakukan tanpa adanya penipuan sedikitpun. Sikap ini dalam sastra Islam dapat diartikan sebagai kepercayaan. Bagi orang-orang yang keimanannya tertanam kuat dalam dirinya, sangat sulit untuk jujur secara membabi buta, kecuali dalam keadaan terpaksa, karena mereka yakin Allah selalu mengawasinya.

Berdasarkan penelitian oleh peneliti dalam praktek jual beli pakaian bekas, yang dilakukan di *Event Ponorogo Thiuft Market*, Habib sebagai *owner* tidak menyebutkan bahwasannya produk *thrift* di *store* mereka tidak semua merupakan barang ori, melainkan juga KW. Sedangkan, dalam proses transaksi yang terjadi pelaku usaha cenderung hanya mengatakan bahwa barang-barang yang diperjualbelikan merupakan ori dan telah melalui penyortiran terlebih dahulu. Sehingga, konsumen begitu saja percaya tanpa melakukan pengecekan apakah memang benar bahwa pelaku usaha menjamin originalitas barang yang dijualnya.⁶⁷

d. Ditinjau dari Prinsip Kesetiaan atau Kepatuhan

Sejatinya kesetiaan akan melahirkan kepatuhan, begitu dengan kepatuhan akan melahirkan sebuah kesetiaan. Kesetiaan dan kepatuhan memiliki andil dalam dunia bisnis Islam. Artinya dalam bisnis kesetiaan

⁶⁷ Nashruddin Baidan dan Erwati Aziz, *Etika Islam dalam Berbisnis*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014), 144.

mencakup hubungan antara pelanggan dengan pelaku usaha dan hal ini berlaku secara timbal balik.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, terhadap praktik penjaminan originalitas yang dilakukan oleh pelaku usaha di event Ponorogo *Thrift Market* menunjukkan adanya ketidakpatuhan. Bagaimana pelaku usaha tidak memberikan upaya pencegahan kerugian terhadap konsumen. Sehingga, menimbulkan timbal balik yang tidak menguntungkan bagi konsumen di kemudian hari karena barang yang diperjualbelikan tidak sesuai dengan akad perjanjian yang telah dilaksanakan.

e. Ditinjau dari Prinsip Tanggung Jawab

Dalam bisnis Islam, Allah swt telah menetapkan adanya Batasan atas apa yang diperbolehkan bagi manusia dengan mewajibkannya bertanggung jawab atas apa yang telah dilakukannya. Artinya kebebasan harus di imbangi dengan pertanggungjawaban jika ketentuan keseimbangan Allah terpenuhi.

Berdasarkan fakta dari hasil observasi peneliti, ditemukan fakta bahwa pelaku usaha belum menjalankan tanggung jawabnya dengan penuh. Bagaimana pelaku usaha masih tetap melakukan penjualan pakaian *branded second hand* KW dengan alasan bahwa event yang dijalankan hanya berlangsung selama lima hari. Hal ini menimbulkan adanya kerugian bagian konsumen yang dapat tertipu oleh perilaku

pelaku usaha sehingga menimbulkan adanya kerugian di kemudian hari.

f. Ditinjau dari Prinsip Kehendak Bebas

Kebebasan merupakan bagian penting dalam etika bisnis Islam, tetapi kebebasan ini tidak merugikan kepentingan kolektif. Kebebasan individu dalam etika bisnis Islam diakui selama tidak bertentangan dengan kepentingan sosial yang lebih besar atau sepanjang individu itu tidak melangkahi hak-hak orang lain.⁶⁸

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, dalam praktik jual beli di event terhadap upaya penjaminan originalitas pelaku usaha menandakan adanya kehendak bebas. Akan tetapi, dengan tetap dijualnya produk pakaian *branded second hand* KW yang jumlahnya juga tidak sedikit menandakan adanya kepentingan individu yang lebih tinggi untuk pelaku usaha sendiri.

Dari pemaparan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa jual beli yang dilakukan oleh beberapa *store* di Event Ponorogo *Thrift Market* belum sesuai dengan prinsip-prinsip dalam etika bisnis Islam tentang keadilan, kejujuran, kepatuhan, tanggung jawab dan kehendak bebas karena pelaku usaha tidak memberikan informasi secara benar dan jelas mengenai detail produk pakaian bekas bermerek yang dijualnya kepada konsumen.

⁶⁸ Nashruddin Baidan dan Erwati Aziz, *Etika Islam dalam Berbisnis*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014), 144.

Dalam aktivitas jual beli, sudah menjadi kewajiban bagi pelaku usaha untuk memiliki sifat kejujuran. Karena dengan adanya sifat dan sikap yang jujur akan membangun kepercayaan bagi konsumen terhadap transaksi yang dilakukan sehingga tidak akan pihak yang merasa dirugikan atas akad yang telah dilakukan.

B. Tinjauan Undang-undang Perlindungan Konsumen dan Etika Bisnis Islam Terhadap Bentuk Ganti Rugi dalam Jual Beli Pakaian *Branded second hand* di Event Ponorogo Thrift Market

1. Tinjauan Undang-undang Perlindungan Konsumen Terhadap Bentuk Ganti Rugi

Disamping perlunya jaminan originalitas yang seharusnya diberikan oleh pelaku usaha dalam transaksi jual beli pakaian bekas di *Event Ponorogo Thrift Market*, terdapat persoalan yang muncul yaitu permintaan ganti rugi konsumen atas ketidaksesuaian produk yang diterimanya. Sebuah masalah muncul. Dalam hal ini, pelaku usaha bertanggung jawab atas kompensasi, serupa dengan undang-undang perlindungan konsumen.

a. Ditinjau dari Hak Konsumen

Berdasarkan Pasal 4 huruf (d) Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang berbunyi “*Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang barang jasa yang digunakan;*”. Maka dalam hal ini, hak konsumen belum terpenuhi. Sebagaimana hasil wawancara dan observasi menunjukkan bahwa konsumen hanya di perbolehkan

complain saat transaksi berlangsung jika pakaian tersebut sudah terbeli maka tidak diperbolehkan untuk *complain*.

Disamping itu, juga dalam Pasal 4 huruf (h) yang berbunyi “*Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau sebagaimana mestinya;*”. Dalam hal ini, pelaku usaha tidak mendapatkan ganti rugi apabila ada kondisi yang tidak sesuai diinginkan oleh konsumen. Pelaku usaha mengatakan tidak memberikan ganti rugi karena konsumen juga diperlsilahkan untuk menguji pakaian tersebut terlebih pelaku usaha mengklaim bahwa semua produk yang diperjualbelikan telah melalui sortir, sehingga menyakini originalitasnya.

b. Ditinjau dari Kewajiban Pelaku Usaha

Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha memiliki kewajiban dalam melakukan ganti rugi apabila konsumen merasa dirugikan sebagaimana dalam Pasal 7 yang berbunyi “*Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau jasa mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau diperdagangkan.*” Berdasarkan hasil observasi pelaku usaha sudah memberikan kesempatan untuk menguji dan mencoba pakaian tersebut Akan tetapi, tidak memberikan garansi pada pakaian yang diperdagangkan karna

pelaku usaha sudah memberikan kebebasan untuk memilih dan tidak memaksa konsumen untuk membeli pakaian tersebut.

Disamping itu, juga dalam Pasal 6 yang berbunyi “*Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.*”

Berdasarkan hasil observasi dilapangan pelaku usaha belum memenuhi kewajibannya karena pelaku usaha tidak memberikan ganti rugi saat konsumen merasa barang tersebut tidak asli. Pelaku usaha mengklaim bahwasannya alasan tidak adanya ganti rugi karena hal tersebut merupakan resiko yang harus ditanggung oleh konsumen apabila membeli barang *thrift*.

2. Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Bentuk Ganti Rugi

a. Ditinjau dari Prinsip Keesaan (Tauhid)

Dalam etika Islam, sehubungan dengan kehidupan manusia di bumi secara keseluruhan selalu tercermin dalam konsep tauhidullah (pemahaesaan Allah). Oleh karenanya, dalam arti yang lebih mendalam, konsep tauhid merupakan dimensi vertical dalam Islam. Artinya bahwa ada perpaduan dari berbagai segi kehidupan manusia baik meliputi politik, ekonomi, sosial, dan religiusitas.

Dalam praktik jual beli pakaian *branded second hand* yang diamati oleh peneliti di event Ponorogo *Thrift Market* terhadap bentuk ganti rugi juga berkaitan dengan prinsip keesaan (tauhid). Di mana hal ini dilakukan dengan pihak pelaku usaha melakukan akad perjanjian

bersama dengan konsumen dalam melakukan transaksi jual beli, artinya bahwa terjadi perikatan antara kegiatan ekonomi dengan religiusitas melalui akad yang dilakukan

b. Ditinjau dari Prinsip Keadilan

Adil dalam Islam memiliki tujuan agar hak orang lain, lingkungan sosial, alam semesta, dan Allah serta Rasul-Nya berlaku sebagaimana semestinya sesuai dengan aturan syari'ah. Berlaku adil akan dekat dengan taqwa, karena itu dalam berniaga Islam melarang untuk menipu walaupun hanya sekedar membawa keraguan pada kondisi yang menimbulkan keraguan sekalipun.

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti, pelaku usaha dalam melakukan ganti rugi belum memenuhi prinsip keadilan. Di mana pelaku usaha hanya akan memberikan ganti rugi bagi konsumen yang dapat memberikan bukti konkrit bahwa barang yang dibelinya merupakan pakaian *branded second hand* KW. Sedangkan, dalam bisnis Islam pelaku usaha juga dilarang melakukan penipuan yang menimbulkan keraguan bagi konsumen.

c. Ditinjau dari Prinsip Kejujuran

Etika dan akhlak Islam dalam berbisnis lainnya adalah bersikap jujur ddalam menjalankan roda bisnis. Kejujuran merupakan sifat terpuji dan akhlak Islam yang utama. Mekan jujur adalah hendaknya

seorang pengusaha selalu bersikap jujur dalam transaksi jual belinya, dengan disertai kejelasan.⁶⁹

Faktanya, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebab ganti rugi sendiri ditimbulkan oleh adanya ketidakjujuran akan produk pakaian *branded second hand* KW yang dijual oleh pelaku usaha. Sehingga, ganti rugi merupakan konsekuensi yang seharusnya dapat dijalankan oleh pelaku usaha akibat adanya ketidakjujuran dalam memberikan informasi bagi konsumen.

d. Ditinjau dari Prinsip Kesetiaan atau Kepatuhan

Kesetiaan melahirkan kepatuhan dan kepatuhan melahirkan kesetiaan. Kesetiaan dan kepatuhan sangat penting dalam dunia bisnis Islam. Dalam bisnis kesetiaan mencangkup hubungan antara pelanggan dengan para pelaku usaha dan hal ini berlaku secara timbal baik.

Dalam praktiknya, berdasarkan hasil wawancara peneliti terjadi ketidakpatuhan yang dijalankan oleh pelaku usaha. Bagaimana bentuk ganti rugi hanya akan diberikan apabila konsumen berhasil membuktikan bahwa barang yang diterimanya merupakan KW bukan ori. Hal ini pada akhirnya mempengaruhi bentuk kepatuhan dan kesetiaan konsumen terhadap pelaku usaha.

⁶⁹ Asyraf Muhammad Dawabah, *Nahwa Rojuli a'maal* Islami, (Jakarta : Pustaka Al-Kautsar, 2005), 65.

e. Dintinjau dari Tanggung Jawab

Dalam Islam, Allah menetapkan batasan apa yang bebas dilakukan oleh manusia dengan membuatnya bertanggung jawab atas semua yang dilakukan. Kebebasan harus diimbangi dengan pertanggungjawaban jika ketentuan-ketentuan keseimbangan Allah terpenuhi.

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan di lapangan, di dapat fakta bahwa bentuk pertanggungjawaban pelaku usaha terhadap ganti rugi barang *thrift* konsumen dilakukan saat sebelum transaksi terjadi. Artinya bahwa pelaku usaha berusaha untuk menghadirkan produk pakaian bekas bermerek ori dengan cara melakukan sortir terlebih dahulu. Oleh karenanya, pelaku usaha yakin bahwa produk *thrift* yang diperjualbelikannya memang sudah memenuhi standar pakaian bekas yang berlaku dipasaran.

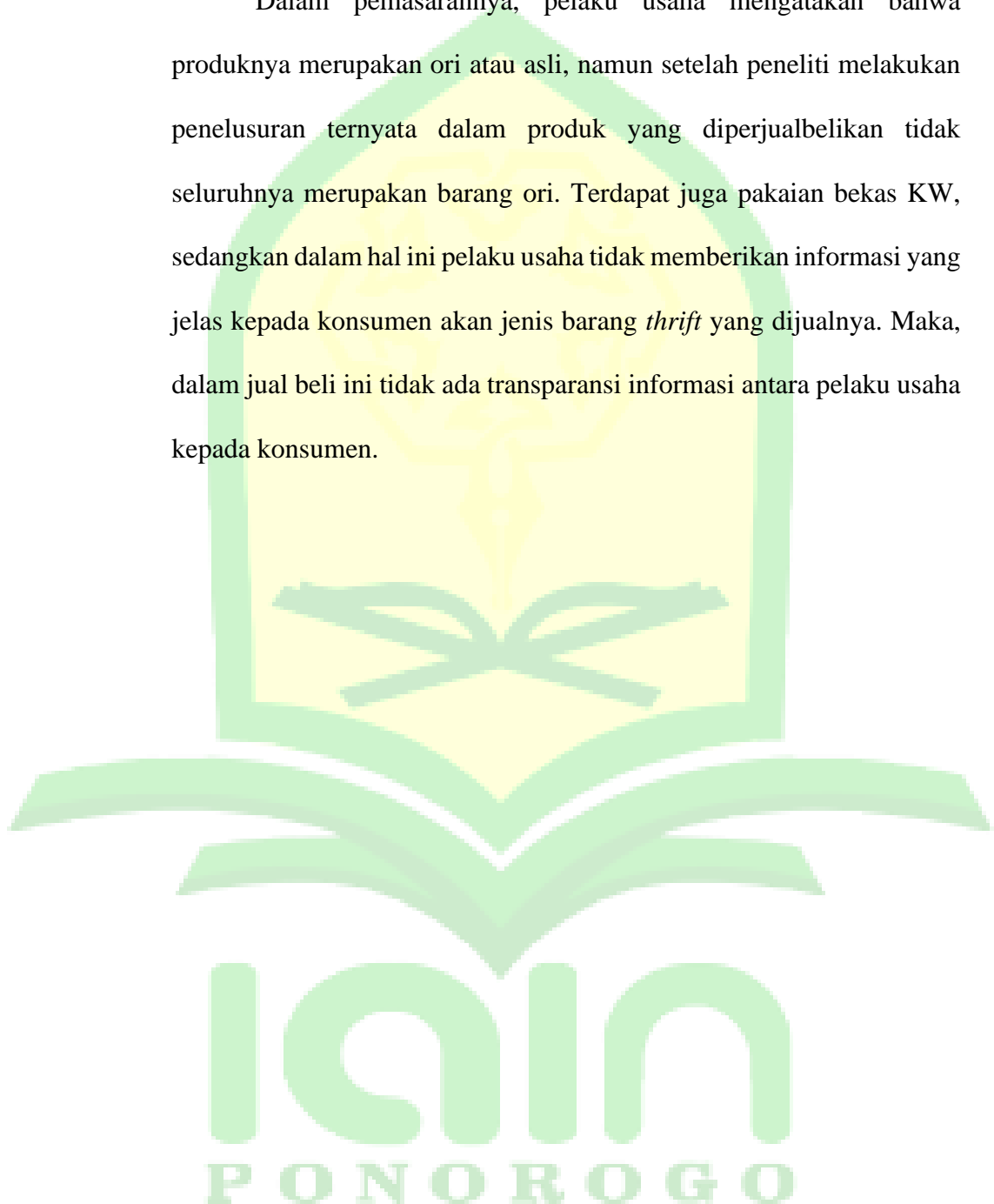
f. Dintinjau dari Prinsip Kehendak Bebas

Dalam bisnis, masyarakat mempunyai kebebasan untuk membuat perjanjian, termasuk menepati atau mengingkari janji. Masyarakat Muslim yang percaya pada kehendak Allah menepati semua janji yang mereka buat.⁷⁰ Dalam pembelian dan penjualan yang berlangsung di *Event Ponorogo*, *owner* Habib menggunakan strategi pemasaran yang melanggar prinsip Etika Bisnis Islam. Sebab, ketika

⁷⁰ Faisal Badroen, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Putra Grafika, 2012), 96.

pelaku ekonomi menjual produknya, mereka cenderung menipu konsumen mengenai kualitas produk yang sebenarnya.

Dalam pemasarannya, pelaku usaha mengatakan bahwa produknya merupakan ori atau asli, namun setelah peneliti melakukan penelusuran ternyata dalam produk yang diperjualbelikan tidak seluruhnya merupakan barang ori. Terdapat juga pakaian bekas KW, sedangkan dalam hal ini pelaku usaha tidak memberikan informasi yang jelas kepada konsumen akan jenis barang *thrift* yang dijualnya. Maka, dalam jual beli ini tidak ada transparansi informasi antara pelaku usaha kepada konsumen.



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang telah penulis jelaskan di atas, maka kesimpulan dari penulisan skripsi yang berjudul, “Tinjauan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli Pakaian *Branded second hand* di Event Ponorogo *Thrift Market*” sebagai berikut:

1. Praktik penjaminan originalitas pakaian *branded second hand* dalam jual beli yang dilakukan di Event Ponorogo *Thrift Market* belum sesuai dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan etika bisnis Islam.. Hal tersebut dikarenakan, pelaku usaha di beberapa *store* yang diteliti tidak memberikan informasi kepada konsumen secara jujur bahwa dalam pakaian bekas yang diperjualbelikan tidak semuanya merupakan produk ori atau asli, akan tetapi terdapat juga jenis KW. Maka, sebagaimana ditinjau berdasarkan kewajiban pelaku usaha dalam Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, kewajiban *owner* sebagai pelaku usaha dalam menjamin originalitas barang belum terpenuhi. Salah satunya, dalam etika bisnis Islam bahwa perilaku dan sikap pelaku usaha tidak mencerminkan adanya pemenuhan terhadap prinsip keadilan, kejujuran, kesetiaan, kepatuhan, tanggung jawab, dan dalam pemberian informasi serta kehendak bebas pelaku usaha kepada konsumen sehingga menimbulkan keraguan akan originalitas barang *thrift* yang

diperjualbelikan, sehingga hak konsumen dalam mendapatkan jaminan originalitas pada akhirnya tidak dapat terpenuhi sepenuhnya.

2. Bentuk pertanggungjawaban pelaku usaha atas ganti rugi terhadap kondisi barang *thrift* yang diperjualbelikan tidak dapat diperoleh sepenuhnya oleh konsumen. Hal ini dikarenakan pelaku usaha mengklaim bahwa telah diadakan penyortiran pakaian *branded second hand* terlebih dahulu sebelum pada akhirnya diperjualbelikan. Oleh karenanya, tindakan pelaku usaha dalam hal ini telah melanggar kewajibannya sebagaimana dalam Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen untuk memberikan kesempatan kepada konsumen dalam menguji barang yang dibelinya serta mendapatkan jaminan dan atau garansi atas barang yang diperdagangkan. Maka, selaras dengan hal tersebut juga melanggar prinsip dalam etika bisnis Islam yaitu keadilan, kejujuran, kepatuhan, pertanggungjawaban dan kehendak bebas dari pelaku usaha yang tidak direalisasikan kepada konsumen yang merasa bahwa barang yang dibelinya tidak sesuai dengan mutu yang seharusnya diperoleh.

B. Saran

Untuk meningkatkan kualitas ekonomi umat, khususnya terhadap bentuk pemberdayaan dana zakat secara produktif, maka peneliti menyarankan sebagai berikut:

1. Bagi Pemerintah
 - a. Hendaknya meningkatkan pengawasan terutama dalam kegiatan jual beli pakaian *branded second hand* untuk menjamin originalitas barang

yang diperjualbelikan, sehingga tidak ada konsumen yang dirugikan akan kegiatan jual beli tersebut.

2. Bagi Pelaku Usaha Pakaian *Branded second hand*

- a. Peneliti menyarankan kepada pelaku usaha pakaian *branded second hand* di Event Ponorogo *Thrift Market* untuk memberikan jaminan penuh akan originalitas barang *thrift* yang diperjualbelikan. Hal ini juga didukung oleh adanya pemberian informasi yang jelas, jujur, dan terperinci kepada konsumen akan perbedaan pakaian *branded second hand* bermerek ori dengan KW.
- b. Peneliti menyarankan kepada pelaku usaha untuk meningkatkan bentuk pertanggungjawaban terhadap pengaduan atau *complain* dari konsumen yang merasa barang *thrift* yang dibelinya tidak sesuai dengan standar pasaran. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan garansi terlebih dahulu, sehingga tidak ada pihak yang dirugikan akibat praktik jual beli di Event Ponorogo *Thrift Market* sendiri..

3. Bagi Konsumen

- a. Peneliti menyarankan kepada konsumen untuk aktif bertanya kepada pelaku usaha sebelum melaksanakan transaksi jual beli pakaian *branded second hand* di Event Ponorogo *Thrift Market*. Hal ini mengingat adanya tingkat kemiripan yang tinggi antara produk asli dengan KW, terutama dalam jenis *branded second hand*. Cara ini juga dapat menghindarkan konsumen mengalami penipuan, sehingga dapat terhindar dari kerugian di kemudian hari.

DAFTAR PUSTAKA

Referensi Buku

- Anggito, Albi, Johan Setiawan, *Metode Penelitian Kualitatif*, Sukabumi : CV Jejak, 2018.
- Arikunto, Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revisi VI), Jakarta : PT. Asdi Mahasatya, 2006.
- Aziz, Nashruddin Baidan dan Erwati. *Etika Islam dalam Berbisnis*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014.
- Azwar, Saifuddin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998.
- Badroen, Faisal. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Putra Grafika, 2012.
- Baidan , Nashruddin dan Erwati Aziz. *Etika Islam dalam Berbisnis*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014.
- Beekun, Rafik Issa. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.
- Damsar, *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Kencana, 2009.
- Dawabah, Asyraf Muhammad. *Nahwa Rojuli a'maal Islami*. Jakarta : Pustaka Al-Kautsar, 2005.
- Fauroni, R. Lukman. *Etika Bisnis dalam Al-Qur'an*. Yogyakarta: Pustaka Pesantren, 2006.
- Harahap, Sofyan S, *Etika bisnis dalam perspektif Islam*. Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Hartati, Ismail Nurdin & Sri. *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019.
- Hasan, Ali. *Manajemen Bisnis Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.
- Keraf, Sony dan Robert Haryono Imam. *Etika Bisnis Membangun Citra. Bisnis Sebagai Profesi Luhur* . Yogyakarta: Salemba Empat, 2012.
- Margono. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1997.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012.

- Mujahidin, Akhmad, *Ekonomi Islam 2*, Pekanbaru: Al-Mujtahadah Press, 2013.
- Nazir, Muhammad. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 1998.
- Noor, Any. *Management Event*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- Nurdin, Ismail & Sri Hartati, *Metodologi Penelitian Sosial*, Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019.
- Safira, Martha Eri. *Aspek Hukum dalam Ekonomi (Bisnis)*. Ponorogo, CV. Nata Karya, 2017.
- Saliman, Abdul R. *Hukum Bisnis untuk Perusahaan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.
- Sidarta. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Grasindo, 2000.
- Soemitri, Hanitirjo Ronny, *Metode Penelitian Hukum dan Jurimetri*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 1990.
- Susanto, Happy. *Hak-hak Konsumen Jika Dirugikan*, Jakarta: Visimedia, 2008.
- Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UU RI No. 8 Tahun 1999). Jakarta: Sinar Grafika, 2013.
- Waluya, Bagja. *Sosiologi Menyelami Fenomena Sosial di Masyarakat*. Bandung: Setia Purna Inves, 2007.
- William, Phyllis Mikolaitis O'Toole. *Corporate Event Management*. Jakarta: PPM, 2007.
- Yodo, Sutarman. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Rajawali Pers, 2010.
- Zulham. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Kencana, 2013.

Referensi Jurnal

- Ishak, Asmai. "Pentingnya Kepuasan Konsumen dan Implementasi Strategi Pemasarannya." *Jurnal Siasat Bisnis* ed, no. khus1 (2009): 1–11. <https://doi.org/10.20885/jsb.ed.khus1.art1>.
- Nur, Insan Tajali. "Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha Jasa Transportasi Dalam Memberikan Pelayanan Maksimal dan Kompensasi Kepada Konsumen (Legal Liability of Transportation Services Companies in Giving Maximal Service and Compensation to Consumer)" 2, no. 2 (2006): 105–11.

Nuriyah Nuraini, dan Yunaita Rahmawati. "Analisis Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Di Pasar Klitik Kecamatan Kismantoro Kabupaten Wonogiri." *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research* 2, no. 2 (2023): 259–76. <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v2i2.954>.

Rorong, Gitania A. "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Import di Pasar Baru Langowan." *Productivity* 3 (2021): 228.

Sabike, "Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek, Sosial, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tas Branded Kw," *jurnal ilmu sosial*, 2 (2022), 164.

Referensi Skripsi

Alimudin, Muhammad Irvan, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Barang Hasil Bajakan," *Skripsi*, IAIN Syekh Nurjati Cirebon 2015.

Apriyanti. Rika, "Praktek Penjualan Produk Imitasi Jenis Fashion di Pasar Sandang Pangan Kota Selatpanjang Menurut Tinjauan Ekonomi Islam." *Skripsi* UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2013.

Choiriyah, Hanifatul, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Produk Tiruan di Pasar Somoroto Kecamatan Kauman Kabupaten Ponorogo." *Skripsi* IAIN Ponorogo, 2018.

Ediningtyas, Sekar Hayu, "Perlindungan Hukum Terhadap Pemalsuan Merek Dagang Terkenal Asing Di Indonesia Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek (Studi Di Pasar Johar Semarang)," *Skripsi*, Universitas Negeri Semarang 2015.

Marlina, Lilis, "Pengaruh Penawaran Produk Imitasi Fashion Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Konsumen di Pasar Cakranegara," *Skripsi* UIN Mataram, 2017.

Ediningtyas, Sekar Hayu, "Perlindungan Hukum Terhadap Pemalsuan Merek Dagang Terkenal Asing Di Indonesia Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek (Studi Di Pasar Johar Semarang)," *Skripsi*, Universitas Negeri Semarang 2015.

Peraturan Perundang-undangan

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Referensi Wawancara

Amirul, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 03 November 2023

Anwar, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 03 November 2023

Aulia, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 03 November 2023

Bima, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 03 November 2023

Bryan, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 03 November 2023

Diana, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 03 November 2023

Habib, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 03 November 2023

Bryan, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 03 November 2023

Revaldi, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 03 November 2023

Ryan, *Hasil Wawancara*, Ponorogo, 03 November 2023





iaain
PONOROGO