

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “ Analisis Tanggung Jawab Penjual *Frozen Food* di Platform *Online* yang Tidak Sesuai Deskripsi Berdasar Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Transaksi Jual Beli Online Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Mama Frozen Food Plosokandang) ”ini ditulis oleh Dita Anggraeni, NIM 1860101221012, dengan pembimbing Amilis Kina, M.E.I.

**Kata Kunci:** Tanggung Jawab Penjual, *Frozen Food*, Platform Online, Perlindungan Konsumen, Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh maraknya transaksi jual beli *frozen food* secara *online* melalui berbagai platform *online* yang menimbulkan permasalahan akibat ketidaksesuaian antara deskripsi produk dengan kondisi barang yang diterima konsumen. Studi kasus pada Mama Frozen Food Plosokandang menunjukkan adanya ketidaksesuaian berupa perbedaan ukuran, berat, kualitas, hingga kondisi produk yang tidak layak konsumsi.

Penelitian ini diangkat dari problematika ketidaksesuaian antara deskripsi iklan dengan kondisi asli produk *frozen food* yang diperdagangkan melalui platform online. Fenomena tersebut menimbulkan kerugian bagi konsumen serta menimbulkan pertanyaan mengenai pertanggungjawaban hukum pelaku usaha. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk (1) mengidentifikasi bentuk ketidaksesuaian antara deskripsi iklan dengan kondisi asli produk *frozen food*, (2) menganalisis bentuk pertanggungjawaban hukum pelaku usaha serta upaya hukum bagi konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan (3) menganalisis tinjauan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah terhadap transaksi jual beli *online* yang tidak sesuai deskripsi produk.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*) dan pendekatan studi kasus. Sumber data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha, karyawan, dan konsumen, serta observasi langsung. Data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, dan penelitian terdahulu yang relevan.

Hasil penelitian menunjukkan (1) ketidaksesuaian produk berupa perbedaan berat, ukuran, kualitas, tekstur, rasa, dan kondisi produk dengan foto iklan yang disebabkan oleh keterbatasan stok, kesalahan pengemasan, penyimpanan yang kurang optimal, dan penggunaan foto lama, (2) pertanggungjawaban pelaku usaha belum optimal karena informasi produk tidak akurat dan pemberian ganti rugi tidak konsisten, sehingga hak-hak konsumen belum terpenuhi secara substansial, (3) menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, transaksi ini mengandung cacat akad dan melanggar prinsip kejujuran, keadilan, amanah, serta mengandung unsur *gharar* dan *taghdir*. Dengan demikian, perlindungan konsumen dan tanggung jawab pelaku usaha perlu ditingkatkan dalam transaksi jual beli *frozen food* melalui platform *online* berdasarkan perlindungan konsumen dan kompilasi hukum ekonomi syariah.

## ABSTRACT

The thesis entitled “Analysis of Frozen Food Sellers Responsibilities on Online Platforms that Do Not Match the Description Based on Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection and Online Buying and Selling Transactions According to the Compilation of Sharia Economic Law (Case Study of Mama Frozen Food)” was written by Dita Anggraeni, NIM 1860101221012 with the supervisor Amilis Kina, M.E.I.

**Keywords:** Seller Responsibility, Frozen Food, Online Platform, Consumer Protection, Compilation of Sharia Economic Law.

This research is motivated by the rise in online frozen food transactions through various online platforms, which have led to problems due to discrepancies between product descriptions and the condition of the goods received by consumers. A case study of Mama Frozen Food Plosokandang revealed discrepancies in size, weight, quality, and even product conditions that were unfit for consumption.

This research is based on the problem of discrepancies between advertising descriptions and the actual condition of frozen food products traded through online platforms. This phenomenon causes losses for consumers and raises questions regarding the legal responsibility of business actors. Therefore, this research aims to (1) identify the form of discrepancy between advertising descriptions and the actual condition of frozen food products (2) analyze the form of legal responsibility of business actors and legal remedies for consumers according to Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection and (3) analyze the review of the Compilation of Sharia Economic Law on online buying and selling transactions that do not match product descriptions.

This research employed qualitative methods with field research and a case study approach. Primary data sources were obtained through in-depth interviews with business owners, employees, and consumers, as well as direct observation. Secondary data were obtained from books, journals, and relevant previous research.

The results of the study indicate, (1) product discrepancies in the form of differences in weight, size, quality, texture, taste, and condition of the product with the advertising photo caused by limited stock, packaging errors, less than optimal storage, and the use of old photos, (2) business actors' accountability is not optimal because product information is inaccurate and compensation is inconsistent, so that consumer rights have not been substantially fulfilled, (3) according to the Compilation of Sharia Economic Law, this transaction contains a defective contract and violates the principles of honesty, justice, trustworthiness, and contains elements of gharar and taghrir. Thus, consumer protection and business actors' responsibilities need to be improved in frozen food buying and selling transactions through online platforms based on consumer protection and the compilation of Sharia economic law.

## الملخص

الرسالة التي تحمل عنوان "تحليل مسؤوليات بائعي الأطعمة المجمدة على المنصات الإلكترونية التي لا تتطابق مع الوصف، استنادًا إلى القانون رقم ٨ لعام ١٩٩٩ المتعلق بحماية المستهلك ومعاملات البيع والشراء عبر الإنترنت وفقًا لمجموعة قوانين الاقتصاد الإسلامي (دراسة حالة لشركة "ماما فروزن فود") كتبت هذه الدراسة ديتا أنغرايني، رقم الطالبة ١٠١٢٢١٠١٢٠١٨٦٠، تحت إشراف أميليس كينا، فماجستير في الاقتصاد الإسلامي

**الكلمات المفتاحية:** مسؤولية البائع، الأغذية أميليس كينا، ماجستير في الاقتصاد الإسلامي المجمدة، المنصات الإلكترونية، حماية المستهلك، مدونة القانون الاقتصادي الإسلامي

تعود خلفية هذه الدراسة إلى انتشار عمليات بيع وشراء الأطعمة المجمدة عبر الإنترنت من خلال مختلف المنصات الإلكترونية، الأمر الذي تسبب في مشاكل ناجمة عن عدم تطابق الوصف الوارد للمنتج مع حالة السلعة التي يستلمها المستهلك. وتُظهر دراسة الحالة الخاصة بشركة ماما للأطعمة المجمدة في بلوسوكاندانغ وجود عدم تطابق يتمثل في اختلاف الحجم والوزن والجودة، بل وحتى حالة المنتج غير الصالحة للاستهلاك

تتناول هذه الدراسة مشكلة عدم التوافق بين الوصف الإعلاني والحالة الفعلية لمنتجات الأغذية المجمدة التي يتم تداولها عبر المنصات الإلكترونية. وتؤدي هذه الظاهرة إلى إلحاق الضرر بالمستهلكين، كما تثير تساؤلات حول المسؤولية القانونية لأصحاب الأعمال. ولذلك، تهدف هذه الدراسة إلى (١) تحديد أشكال عدم التوافق بين الوصف الإعلاني والحالة الفعلية لمنتجات الأغذية المجمدة، (٢) تحليل أشكال المسؤولية القانونية لأصحاب الأعمال والسبل القانونية المتاحة للمستهلكين وفقًا للقانون رقم ٨ لعام ١٩٩٩ بشأن حماية المستهلك، و(٣) تحليل ما ورد في تجميع قوانين الاقتصاد الإسلامي «بشأن معاملات البيع والشراء عبر الإنترنت التي لا تتوافق مع» وصف المنتج

استخدم هذا البحث منهجًا نوعيًا من نوع «البحث الميداني» (البحث الميداني) ونهج دراسة الحالة وتم الحصول على البيانات الأولية من خلال مقابلات معمقة مع أصحاب الأعمال والموظفين والمستهلكين، بالإضافة إلى الملاحظة المباشرة. أما البيانات الثانوية فقد تم الحصول عليها من الكتب والمجلات والأبحاث السابقة ذات الصلة

أظهرت نتائج البحث (١) عدم مطابقة المنتجات من حيث الاختلاف في الوزن والحجم والجودة واللمس والمذاق وحالة المنتج مقارنةً بالصور الإعلانية، وذلك بسبب محدودية المخزون، وأخطاء التعبئة، والتخزين غير الأمثل، واستخدام صور قديمة، (٢) أن مسؤولية أصحاب الأعمال لم تصل إلى المستوى الأمثل بسبب عدم دقة معلومات المنتج وعدم اتساق تقديم التعويضات، مما أدى إلى عدم تلبية حقوق المستهلكين بشكل جوهري، (٣) وفقًا لمجموعة قوانين الاقتصاد الإسلامي، فإن هذه المعاملات تنطوي على عيوب في العقد وتخالف مبادئ الصدق والعدل والأمانة، كما أنها تحتوي على عناصر الغرر والتغريب. وبالتالي، فإن حماية المستهلك ومسؤولية أصحاب الأعمال تحتاجان إلى تعزيز في معاملات بيع وشراء الأغذية المجمدة عبر المنصات الإلكترونية، استنادًا إلى حماية المستهلك ومجموعة قوانين الاقتصاد الإسلامي.