

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Praktik Penjualan *Snack Repacking* Perspektif Fikih Muamalah dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus di UD. Wangi Buah Desa Kras Kabupaten Kediri)” ini ditulis oleh Eni Amalia Putri, NIM. 1860101222190, dengan Pembimbing Ibu Siti Kalimah, M.Sy.

Kata Kunci: *Penjualan, Snack Repacking, Fikih Muamalah, Perlindungan Konsumen*

Praktik penjualan *snack repacking* merupakan kegiatan usaha yang dilakukan dengan mengemas ulang makanan ringan dari kemasan besar ke dalam kemasan yang lebih kecil untuk kemudian dijual kembali kepada konsumen. Di tengah persaingan bisnis *snack* yang cukup ketat di wilayah Kras, UD. Wangi Buah menjadi salah satu toko yang banyak diminati oleh masyarakat Kecamatan Kras dan sekitarnya karena menyediakan berbagai jenis *snack* yang lengkap. Kondisi tersebut menjadikan UD. Wangi Buah sebagai salah satu tempat penjualan *snack repacking* yang cukup dikenal oleh masyarakat. Namun, praktik ini juga menimbulkan perhatian terkait kesesuaiannya dengan prinsip fikih muamalah dan ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, khususnya mengenai pemenuhan hak konsumen atas informasi produk.

Tujuan penelitian ini adalah (1) mendeskripsikan praktik penjualan *snack repacking* di UD. Wangi Buah Desa Kras Kabupaten Kediri, (2) menganalisis perspektif fikih muamalah terhadap praktik penjualan *snack repacking* di UD. Wangi Buah Desa Kras Kabupaten Kediri, dan (3) menganalisis perspektif Undang-Undang Perlindungan Konsumen terhadap praktik penjualan *snack repacking* di UD. Wangi Buah Desa Kras Kabupaten Kediri.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian dianalisis melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Adapun keabsahan data diuji melalui teknik triangulasi sumber, teknik, dan waktu.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) praktik penjualan *snack repacking* dilakukan dengan membeli *snack* dalam kemasan besar dari *supplier*, kemudian dikemas ulang ke dalam kemasan yang lebih kecil dan dipasarkan kembali kepada konsumen. (2) Dalam perspektif fikih muamalah, praktik tersebut pada dasarnya diperbolehkan karena termasuk kegiatan muamalah yang hukumnya mubah, Namun, dalam pelaksanaannya masih terdapat beberapa aspek yang perlu disempurnakan agar lebih sesuai dengan prinsip kejujuran, keterbukaan, dan menghindari unsur *gharar*. (3) Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, praktik penjualan *snack repacking* pada prinsipnya diperbolehkan karena tidak terdapat ketentuan yang melarang kegiatan *repacking*. Akan tetapi, pelaksanaannya belum sepenuhnya memenuhi kewajiban pelaku usaha sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku.

ABSTRACT

This thesis, entitled "Repackaged Snack Sales Practices from the Perspective of Islamic Jurisprudence and Consumer Protection Law (Case Study at UD. Wangi Buah, Kras Village, Kediri Regency)," was written by Eni Amalia Putri, Student ID Number 1860101222190, with the guidance of Ms. Siti Kalimah, M.Sy.

Keywords: Sales, Repackaged Snacks, Islamic Jurisprudence, Consumer Protection

Repackaged snack sales practices involve repackaging snacks from large packages into smaller packages for resale to consumers. Amidst the intense competition in the snack business in the Kras area, UD. Wangi Buah has become a popular shop among residents of Kras District and the surrounding area due to its wide selection of snacks. This makes UD. Wangi Buah a well-known repackaged snack seller. However, this practice has also raised concerns regarding its compliance with the principles of Islamic jurisprudence and the provisions of the Consumer Protection Law, particularly regarding the fulfillment of consumers' rights to product information.

The objectives of this study are (1) to describe the practice of selling repackaged snacks at UD. Wangi Buah, Kras Village, Kediri Regency, (2) to analyze the perspective of Islamic jurisprudence on the practice of selling repackaged snacks at UD. Wangi Buah, Kras Village, Kediri Regency, and (3) to analyze the perspective of the Consumer Protection Law on the practice of selling repackaged snacks at UD. Wangi Buah, Kras Village, Kediri Regency.

The research method used was qualitative field research. Data were obtained through observation, interviews, and documentation, then analyzed through the stages of data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The validity of the data was tested using triangulation of sources, techniques, and time.

The results of the study indicate that: (1) the practice of selling repackaged snacks involves purchasing snacks in large packages from suppliers, then repackaging them into smaller packages and remarketing them to consumers. (2) From the perspective of muamalah jurisprudence, this practice is basically permitted because it is a muamalah activity whose law is permissible. However, in its implementation there are still several aspects that need to be improved to be more in accordance with the principles of honesty, openness, and avoid elements of gharar. (3) Based on Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection, the practice of selling repackaged snacks is in principle permitted because there are no provisions prohibiting repackaging activities. However, its implementation has not fully fulfilled the obligations of business actors as regulated in applicable laws and regulations.

ملخص

إني أماليا بوتري، «ممارسة بيع الوجبات الخفيفة المعاد تعبئتها من منظور فقه المعاملات وقانون حماية المستهلك (دراسة حالة في شركة أودي وانغي بواه بقرية كراس محافظة كديري)، بحث علمي كتبته إني أماليا بوتري، رقم القيد ١٨٦٠١٠١٢٢٢١٩٠، قسم حكم الاقتصاد الإسلامي، كلية الشريعة والعلوم القانونية، جامعة السيد علي رحمة الله الإسلامية الحكومية تولونغغونغ، تحت إشراف السيدة سييتي كليمة، الماجستير في الشريعة.

الكلمات الرئيسية: البيع، إعادة تعبئة الوجبات الخفيفة، فقه المعاملات، حماية المستهلك.

إن ممارسة بيع الوجبات الخفيفة المعاد تعبئتها هي نشاط تجاري يقام من خلال إعادة تعبئة المأكولات الخفيفة من العبوات الكبيرة إلى عبوات صغيرة ثم تسويقها للمستهلكين. وفي شركة أودي وانغي بواه بقرية كراس محافظة كديري، أصبحت هذه الممارسة من الأعمال التجارية الشائعة. غير أنه لا يزال يوجد بعض المنتجات التي لا تحتوي على المعلومات المهمة على عبواتها، وهذا الوضع قد يؤدي إلى إلحاق الضرر بالمستهلكين وإثارة الإشكاليات من منظور فقه المعاملات وقانون حماية المستهلك.

وأهداف هذا البحث هي: (١) وصف ممارسة بيع الوجبات الخفيفة المعاد تعبئتها في شركة أودي وانغي بواه بقرية كراس محافظة كديري، (٢) تحليل منظور فقه المعاملات تجاه هذه الممارسة، و(٣) تحليل منظور قانون حماية المستهلك تجاه هذه الممارسة.

واستخدمت الباحثة المنهج الكيفي بنوع البحث الميداني. وجمعت البيانات عن طريق الملاحظة والمقابلة والتوثيق، ثم حللت من خلال مراحل تخفيض البيانات وعرضها واستنتاج النتائج. أما صحة البيانات فقد اختبرت باستخدام طريقة التثليث في المصادر والأساليب والوقت.

وأظهرت نتائج البحث أن: (١) ممارسة بيع الوجبات الخفيفة المعاد تعبئتها تنفذ من خلال شراء الوجبات الخفيفة في عبوات كبيرة من الموردين، ثم إعادة تعبئتها وتسويقها للمستهلكين، وفي التطبيق العملي لا يزال يوجد بعض المنتجات التي لا تبين المعلومات بشكل كامل. (٢) وفقا لمنظور فقه المعاملات، فإن هذه الممارسة جائزة من حيث الأصل لأنها تدخل في المعاملات المباحة، غير أنها قد تحتوي على عنصر الغرر إذا لم توضح المعلومات المتعلقة بالمنتج للمستهلكين بصورة واضحة. (٣) واستنادا إلى القانون رقم ٨ لسنة ١٩٩٩ م بشأن حماية المستهلك، فإن هذه الممارسة لم تحقق بشكل كامل حق المستهلك في الحصول على المعلومات الصحيحة والواضحة والصادقة، كما أنها لم تحقق بشكل كامل واجبات أصحاب الأعمال في توفير الحماية للمستهلكين.