

**MEKANISME PENJUALAN PRODUK TANPA TANGGAL  
KADALUWARSA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM  
(Studi Pada *Home Industry* Roti Hidayah Di Hibrida Ujung Kota Bengkulu)**



**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)

**OLEH:**

**ENI DARMIATI**  
**NIM 1516130090**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
JURUSAN EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU  
BENGKULU, 2019 M/ 1441 H**



**KEMENTERIAN AGAMA RI**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736) 51276,51771 Fax (0736) 51771 Bengkulu

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi yang berjudul *Mekanisme Penjualan Produk Tanpa Tanggal Kadaluwarsa Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Home Industry Roti Hidayah Di Hibrida Ujung Kota Bengkulu)*, oleh Eni Darmiati NIM: 1516130090, Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bengkulu (IAIN) Bengkulu pada:

Hari : Jum'at  
 Tanggal : 6 Desember 2019 M / 9 Rabiul Akhir 1441 H

Dinyatakan **LULUS**. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Bengkulu, 13 Desember 2019 M  
 16 Rabiul Akhir 1441 H

**Tim Sidang Munaqasyah**

Ketua

Dr. Nurul Hak, M.A  
 NIP. 196606161995031002

Sekretaris

Lucy Auditva, M.A  
 NIDN.2006018202

Penguji I

Drs. M. Syakroni, M.Ag  
 NIP. 195707061987031003

Penguji II

Idwal B, M.A  
 NIP. 198307092009121005

Mengetahui,



Dr. Anisni, MA  
 NIP. 197304121998032003

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Skripsi yang ditulis oleh Eni Darmiati, NIM 1516130090 dengan "Mekanisme Penjualan Produk Tanpa Tanggal Kadaluwarsa Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada *Home Industry* Roti Hidayah Di Hibrida Ujung Kota Bengkulu)", Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan pembimbing II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Bengkulu, November 2019 M  
Rabiul Awal 1441 H

Pembimbing I

Pembimbing II

**Dr. Nurul Hak, M.A**  
NIP. 196606161995031002

**Mifta Yarmunida, M.Ag**  
NIP. 197705052007102002



## **MOTTO**

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai kesanggupannya”  
(Q.S. Al-Baqarah: 286)

“Jadilah seperti orang asing atau perantau di dunia ini”  
(HR. Bukhari)

“Jangan lihat masa lampau dengan penyesalan, jangan pula lihat masa depan dengan ketakutan, tapi lihatlah sekitar anda dengan penuh kesadaran”  
(Eni Darmiati)

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

- ✚ Ibunda tercinta Sumiati dan Ayahanda tercinta Ahmad Daromi yang telah mendo'akanku disetiap langkah perjuanganku serta memberikan kasih sayang yang tak terhingga untukku
- ✚ Saudariku tersayang (Wahyu Dwi Rahmadani) serta seluruh keluargaku yang selalu memberi semangat dan penuh canda tawa
- ✚ Dosen pembimbing I (Dr. Nurul Hak,M.A) dan dosen pembimbing II (Miti Yarminida,M.Ag) yang telah dengan rela memberikan waktu luang untuk membimbing saya dalam menyusun skripsi ini
- ✚ Sahabat terhebatku (Marselah Audie,S.Sos, Ratih Sanggar Wati,S.Sos, Susilawati,S.E, Lika Anggriani,S.Pd, Finarti Rozita Afriza,S.E, Winda Septiana,S.E, Widya Angera Yunita,S.E, Sinta Wulandari,S.E, Yuni Oktaviani,S.Sos, Hernando) yang selalu memberikan semangat, motivasi, dukungan dalam setiap langkahku serta selalu membuat hari-hariku berwarna
- ✚ Teman seperjuanganku khususnya Ekis C angkatan 2015 (Angga, Anggi, Azmi, Emelda, Eni, Intan, Melpi, Mey, Meltesa, Muthoharoh, Perdian, Ria, Sari, Shella, Vina, Yadi, Yessi, Yumi)
- ✚ Teman-teman KKN Kwu angkatan ke-VI (Arif, Edi, Cipta, Dita, Dwi, Finacia, Mardiah, Rahmi, Riska, Ririn, Shintia Mas Putri, Sri, Sintia Zakirman)
- ✚ Teman-teman Ppl Perpustakaan gelombang ke-II (Alfadila, Dirahayu, Mirna Wati, Martin Satria Putra, Iwan, Wahyu Ari)
- ✚ Almamater yang telah menempahku
- ✚ Teman-teman yang selalu bertanya “kapan wisuda”

Terimalah setitik kebanggaan ini sebagai bukti kasih sayangku pada kalian yang telah memberikan dorongan, motivasi, semangat, pengorbanan, kesabaran, perhatian, bimbingan serta do'a demi mewujudkan harapan hidupku.

## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Skripsi dengan judul "Mekanisme Penjualan Produk Tanpa Tanggal Kadaluwarsa Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada *Home Industry* Roti Hidayah Di Hibrida Ujung Kota Bengkulu)", adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, November 2019 M  
Rabiul Awal 1441 H

siswa yang menyatakan



Eni Darmiati  
NIM 1516130090

## ABSTRAK

Mekanisme Penjualan Produk Tanpa Tanggal Kadaluwarsa Dalam Perspektif  
Ekonomi Islam (Studi Pada *Home Industry* Roti Hidayah Di Hibrida Ujung  
Kota Bengkulu)

Oleh Eni Darmiati, NIM 1516130090.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui mekanisme penjualan produk tanpa tanggal kadaluwarsa pada *Home Industry* Roti Hidayah Di Hibrida Ujung Kota Bengkulu dan perspektif ekonomi Islam terhadap mekanisme penjualan produk tanpa tanggal kadaluwarsa pada *Home Industry* Roti Hidayah Di Hibrida Ujung Kota Bengkulu. Untuk mengungkap persoalan tersebut secara mendalam dan menyeluruh, peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data primer berupa dokumentasi dan wawancara. Kemudian data tersebut diuraikan, dianalisis dan dibahas untuk menjawab permasalahan yang diajukan. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa (1) Praktek penjualan produk tanpa tanggal kadaluwarsa yang dilakukan oleh pemilik *home industry* Roti Hidayah Di Hibrida Ujung Kota Bengkulu yakni dengan cara penjualan tidak langsung atau melalui perantara, seperti berikut Produsen→Pedagang Pengecer→Konsumen (2) Menurut prinsip ekonomi Islam praktek penjualan produk yang dilakukan oleh *home industry* roti Hidayah Di Hibrida Ujung Kota Bengkulu belum menerapkan prinsip keadilan kepada konsumen yaitu dengan tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa terhadap produk usahanya, sedangkan konsumen berhak mendapat informasi yang jelas terhadap produk makanan yang mereka beli atau konsumsi.

*Kata Kunci: Mekanisme Penjualan, Ekonomi Islam*

## **ABSTRACT**

Mechanism of Product Sales without Expiry Date in Perspective Islamic Economic (Study on Home Industry Hidayah Bakery in Hibrida Ujung Kota Bengkulu)

By Eni Darmiati, NIM 1516130090.

The purpose of this study was to determine the mechanism of product sales without an expiry date on the Home Industry Bakery Hidayah in the Hibrida Ujung Kota Bengkulu and Islamic economic perspective on the mechanism of product sales without an expiry date on the Home Industry Hidayah Bakery in the Hibrida Ujung Kota Bengkulu. To reveal these problems in depth and comprehensively, researchers used a qualitative descriptive method with primary data collection techniques in the form of documentation and interviews. Then the data is described, analyzed and discussed to answer the problems raised. From the results of this study it can be concluded that (1) The practice of selling products without an expiry date conducted by home industry owners in Hidayah Bakery in the Hibrida Ujung Kota Bengkulu namely by indirect selling or through intermediaries, such as the following Manufacturer → Retailer → Consumers (2) According to the principles of Islamic economics, the practice of selling products carried out by the home industry Hidayah bakery in Hibrida Ujung Kota Bengkulu has not applied the principle of justice to consumers, namely by not listing the expiry date of their business products, while consumers have the right to get clear information on food products that they buy or consume.

Keywords: *Sales Mechanism, Islamic Economic*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Mekanisme Penjualan Produk Tanpa Tanggal Kadaluwarsa Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada *Home Industry* Roti Hidayah Di Hibrida Ujung Kota Bengkulu)”. Shalawat dan salam untuk Nabi besar Muhammad SAW, yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran Islam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk ke jalan yang lurus baik di dunia maupun di akhirat.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E.I) pada Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Sirajuddin M, M.Ag, M.H, selaku Rektor IAIN Bengkulu
2. Dr. Asnaini, MA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
3. Desi Isnaini, MA, selaku ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
4. Dr. Nurul Hak, MA, selaku pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat dan arahan dengan penuh kesabaran.
5. Miti Yarmunida, M.Ag selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat dan arahan dengan penuh kesabaran.

6. Kustin Hartini,MM selaku penasehat akademik yang selalu memberi motivasi penulis untuk melaksanakan kegiatan akademik dan dorongan untuk segera menyelesaikan perkuliahan dengan baik.
7. Kedua orang tuaku yang selalu mendo'akan kesuksesan penulis.
8. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.
9. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari akan banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini ke depan.

Bengkulu, November 2019 M  
Rabiul Awal 1441 H

Eni Darmiati  
NIM 1516130090

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	
HALAMAN PENGESAHAN	
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR LAMPIRAN .....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Kegunaan Penelitian .....	6
E. Penelitian Terdahulu .....	6
F. Metode Penelitian .....	9
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	9
2. Waktu dan Lokasi Penelitian .....	10
3. Subjek/Informan Penelitian .....	10
4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	11
5. Teknik Analisis Data .....	13
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b>	
A. Mekanisme Penjualan dalam Ekonomi Islam .....	15
1. Pengertian dan Hikmah Jual Beli .....	15
2. Dasar Hukum Jual Beli .....	17
3. Rukun Jual Beli .....	19
4. Syarat-Syarat Sah Ijab Kabul .....	22
5. Tidak Sahnya Jual Beli .....	22
6. Beberapa Jual Beli Yang Sah, Tetapi Dilarang .....	23
7. Pemasaran dalam Islam .....	24
B. Produk <i>Home Industry</i> Tanpa Tanggal Kadaluwarsa .....	28
1. Pengertian Industri Rumah Tangga .....	28
2. Pengertian Produk .....	30
3. Pengertian Produk Makanan Kadaluwarsa .....	32
4. Kerugian dalam Membeli Produk Makanan Kadaluwarsa .....	34
5. Peraturan Perundang-Undangan Tentang Pencantuman Tanggal kadaluwarsa .....	35
<b>BAB III : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN</b>	
A. Sejarah <i>Home Industry</i> Roti Hidayah .....	36
B. Profil <i>Home Industry</i> Roti Hidayah .....	37

C. Struktur Organisasi <i>Home Industry</i> Roti Hidayah.....	38
D. Letak Geografis <i>Home Industry</i> Roti Hidayah .....	38
E. Aktifitas Produksi <i>Home Industry</i> Roti Hidayah.....	39

**BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Mekanisme Penjualan Produk Tanpa Tanggal Kadaluwarsa Pada <i>Home Industry</i> Roti Hidayah.....	42
B. Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Mekanisme Penjualan Produk Tanpa Tanggal Kadaluwarsa Pada <i>Home Industry</i> Roti Hidayah Pada <i>Home Industry</i> Roti Hidayah.....	49

**BAB V : PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	60
B. Saran .....	61

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Blanko Pengajuan Judul
- Lampiran 2 : Bukti Menghadiri Seminar Proposal
- Lampiran 3 : Daftar Hadir Seminar Proposal Mahasiswa
- Lampiran 4 : Catatan Perbaikan Proposal Skripsi Penyeminar 1
- Lampiran 5 : Catatan Perbaikan Proposal Skripsi Penyeminar 2
- Lampiran 6 : Halaman Pengesahan Proposal Skripsi
- Lampiran 7 : Surat Penunjukan Pembimbing
- Lampiran 8 : Pedoman Wawancara
- Lampiran 9 : Halaman Pengesahan Pembimbing Untuk Izin Penelitian
- Lampiran 10 : Permohonan Izin Penelitian dari IAIN Bengkulu
- Lampiran 11 : Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian
- Lampiran 12 : Lembar Bimbingan Skripsi Pembimbing 1
- Lampiran 13 : Lembar Bimbingan Skripsi Pembimbing 2
- Lampiran 14 : Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 15 : Sertifikat Toefl
- Lampiran 16 : Sertikat Toaf

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Islam sebagai agama fitrah dan *rahmatan lil alamin* memberikan solusi terbaik untuk mengatasi permasalahan kehidupan masyarakat dari keterpurukan. Islam menawarkan konsep bisnis yang bersih dari berbagai perbuatan kotor dan tercela yang jauh dari keadilan dengan memelihara akhlak (etika).

Hubungan akhlak dengan ekonomi tidak dapat dipisahkan dalam ajaran Islam, sebab aktivitas ekonomi dikendalikan oleh norma-norma akhlak (etika). Al-Qur'an menegaskan bahwa bisnis adalah tindakan yang halal dan diperbolehkan. Perdagangan yang jujur dan bisnis transparan sangat dihargai, direkomendasi dan dianjurkan.<sup>1</sup>

Pondasi Islam tersebut berakar pada tauhid, risalah dan akhirat, tidak bisa mengadopsi nilai-nilai jahiliyah. Selain memperhatikan nilai-nilai akhlak yang mulia Nabi Muhammad SAW juga memperhatikan kelembagaan, penegakan dan pelestarian nilai-nilai tersebut dengan memerintahkan setiap orang untuk melakukan *amar ma'ruf nahi munkar*. Memerintahkan kepada yang *ma'ruf* dan mencegah yang *munkar* merupakan sifat orang-orang yang beriman, sebagai mana firman Allah SWT:<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> K. Bertens, *Pengantar Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta : Kanisius, 2000), h.6

<sup>2</sup> Departemen, RI. *Al-Qur'an dan Terjemah*, (Solo : Abyan, 2014), h. 170

الَّذِينَ يَتَّبِعُونَ الرَّسُولَ النَّبِيَّ الْأُمِّيَّ الَّذِي يَجِدُونَهُ مَكْتُوبًا عِنْدَهُمْ فِي  
 التَّوْرَةِ وَالْإِنْجِيلِ يَأْمُرُهُمْ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَاهُمْ عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُحِلُّ لَهُمُ  
 الطَّيِّبَاتِ وَيُحَرِّمُ عَلَيْهِمُ الْخَبَائِثَ وَيَضَعُ عَنْهُمْ إِصْرَهُمْ وَالْأَغْلَالَ الَّتِي كَانَتْ  
 عَلَيْهِمْ ۗ فَاَلَّذِينَ ءَامَنُوا بِهِ وَعَزَّرُوهُ وَنَصَرُوهُ وَاتَّبَعُوا النُّورَ الَّذِي أُنزِلَ مَعَهُ  
 أُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٥٧﴾

Artinya : “(yaitu) orang-orang yang mengikut rasul, nabi yang ummi yang (namanya) mereka dapati tertulis di dalam Taurat dan Injil yang ada di sisi mereka, yang menyuruh mereka mengerjakan yang ma'ruf dan melarang mereka dari mengerjakan yang mungkar dan menghalalkan bagi mereka segala yang baik dan mengharamkan bagi mereka segala yang buruk dan membuang dari mereka beban-beban dan belenggu-belenggu yang ada pada mereka. Maka orang-orang yang beriman kepadanya, memuliakannya, menolongnya dan mengikuti cahaya yang terang yang diturunkan kepadanya (Al Quran), mereka Itulah orang-orang yang beruntung”. (Q.S. Al-A'raf : 157)

Hukum Islam yang bersifat universal dan mengandung unsur-unsur yang kuat dalam menghadapi perkembangan kemajuan perilaku masyarakat membuktikan hukum Islam mempunyai pemikiran yang tidak terbatas pada sistem hukum positif yang ada di Indonesia.

Islam mengatur secara jelas dan tegas apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan dalam kegiatan bisnis. Al-Qur'an menjelaskan hak dan batil tidak boleh dicampur jika ada suatu keraguan dalam menentukan suatu pilihan dianjurkan untuk meninggalkan. Seperti halnya praktik bisnis yang diharamkan dalam Islam dalam bentuk penipuan produk barang atau jasa.

Untuk tidak mengurangi atau mengambil apa yang menjadi hak orang lain, sebagaimana firman Allah SWT:<sup>3</sup>

وَلَا تَبْخُسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْثَوْا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴿١٨٣﴾

Artinya : *“Dan janganlah kamu merugikan manusia dengan mengurangi hak-haknya dan janganlah membuat kerusakan di bumi”*. (Q.S Asy-Syu’ara : 183)

Pada hakikatnya Islam tidak membiarkan suatu kegiatan distribusi dan produksi barang atau jasa yang tidak memberikan informasi tentang barang atau jasa secara jujur dan transparan. Ada kesulitan yang dihadapi perkembangan hukum apabila tidak berprinsip pada hukum islam. Oleh karena itu, untuk menghindari kesulitan dalam suatu hukum terhadap suatu perkara disepakatilah masalahnya. Pemahaman yang semakin baik tentang agama membuat masyarakat yang pada umumnya merupakan konsumen muslim semakin efektif dalam pemilihan produk yang dikonsumsi.

Kepentingan pelaku usaha adalah memperoleh laba dalam setiap transaksi yang dilakukan dengan konsumen. Hal tersebut membuat posisi konsumen dan pelaku usaha memiliki kecenderungan mencelakakan konsumen dengan peredaran produk-produk yang diproduksi oleh pelaku usaha. Pemberian sanksi hukum pada pelaku usaha yang melanggar hak-hak konsumen adalah upaya negara untuk menciptakan suatu konsep negara sejahtera dimana negara dituntut untuk bertanggung jawab terhadap masalah

---

<sup>3</sup> Departemen RI, *Al-Qur’an dan Terjemah*, (Solo : Abyan, 2014), h. 374

ekonomi sosial yang berkaitan dengan perlindungan konsumen yang bertujuan untuk menciptakan masyarakat yang sejahtera.

Makanan ringan yang diproduksi oleh usaha mandiri atau yang lebih dikenal dengan *home industry* yang banyak diperjualbelikan atau dipasarkan di warung-warung maupun pasar-pasar. Sebagian besar produk tersebut tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa. Masa kadaluwarsa suatu produk makanan yang mencantumkan berupa tanggal, bulan dan tahun, dicantumkan pada label kemasan yang tujuannya memberikan informasi kepada konsumen mengenai produk yang akan dikonsumsi. Dengan mencantumkan tanggal kadaluwarsa pada produk makanan maka konsumen akan memperoleh informasi yang jelas dari keamanan produk.

Label merupakan syarat utama pada sebuah produk, dengan adanya label konsumen secara tepat dapat menentukan pilihan sebelum membeli atau mengonsumsi produk makanan ringan dengan tidak adanya informasi yang jelas pada kemasan maka kecurangan yang dilakukan oleh pelaku usaha dapat terjadi. Bagi pelaku usaha atau produsen, maka perlu menyadari bahwa kelangsungan hidup usahanya tergantung pada konsumen. Untuk itu mereka mempunyai kewajiban untuk memproduksi barang dan jasa sebaik dan seaman mungkin dan berusaha untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.

Pada *home industry* roti ini setiap harinya selalu diburu oleh masyarakat, makanan ringan yang diproduksi oleh *home industry* yang selalu diminati dengan alasan sesuai dengan selera lidah mereka. Selain sesuai

dengan selera lidah mereka, makanan ringan ini pun mudah didapatkan karena pemasaran yang dilakukan produsen tidak ada henti-hentinya disetiap warung-warung dan pasar-pasar. Murah meriahpun menjadi alasan mereka pula, yang dapat di jangkau oleh semua kalangan masyarakat tanpa mereka ketahui sebagian besar dari produk tersebut tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa pada produknya.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka penulis tertarik untuk membahas masalah ini dalam penelitian yang berjudul “Mekanisme Penjualan Produk Tanpa Tanggal Kadaluwarsa Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada *Home Industry* Roti Hidayah Di Hibrida Ujung Kota Bengkulu)”.

#### **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana praktek penjualan produk tanpa tanggal kadaluwarsa *home industry* Roti Hidayah Di Hibrida Ujung Kota Bengkulu ?
2. Bagaimana perspektif ekonomi Islam terhadap praktek penjualan Roti Hidayah Di Hibrida Ujung Kota Bengkulu ?

#### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui praktek penjualan produk tanpa tanggal kadaluwarsa *home industry* Roti Hidayah Di Hibrida Ujung Kota Bengkulu.
2. Untuk mengetahui perspektif ekonomi Islam terhadap praktek penjualan Roti Hidayah Di Hibrida Ujung Kota Bengkulu.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

##### 1. Secara teoritis

Secara teoritis manfaat penulisan akan membawa perkembangan terhadap ilmu pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai pertimbangan sekaligus rujukan terutama dalam studi *home industry* roti Hidayah di Hibrida Ujung Kota Bengkulu.

##### 2. Secara praktis

Bagi produsen, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi produsen agar mencantumkan tanggal kadaluwarsa pada setiap produk yang diproduksinya.

Bagi mahasiswa dan masyarakat luas, penelitian ini dapat dijadikan sebagai rujukan bagi kalangan mahasiswa dan lapisan masyarakat luas terutama setiap orang yang ingin memperdalam Ilmu Ekonomi Islam di setiap perguruan tinggi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

#### **E. Penelitian Terdahulu**

Dalam penelitian ini penulis akan mengkaji mengenai perspektif ekonomi Islam terhadap produk makanan ringan yang diproduksi oleh industri rumah tangga yang tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa. Namun sebelumnya, sudah ada penulis yang melakukan penelitian yang berkaitan dengan produk makanan ringan yang diproduksi oleh industri rumah tangga yang berupa jurnal maupun skripsi dan berikut beberapa penelitian tersebut.

Penelitian Aidil Fitra yang berjudul “Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Usaha Rumahan (*Home Industry*) Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Di Kecamatan Kampar Timur”<sup>4</sup> penulis menganalisis mengenai proses produksi usaha rumahan yang memproduksi makanan tradisional di Kecamatan Kampar Timur dikelola secara sederhana dan belum memenuhi standar yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Perbedaan dari penelitian ini dengan penulis yaitu pada objek penelitian dan tinjauan ekonomi Islam yang dianalisis. Sedangkan persamaan penelitian ini dengan penulis terletak pada usaha rumahan yang memproduksi makanan dan pendekatan penelitian yang menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif.

Penelitian Muhidin dengan judul “Analisis Mekanisme Jual Beli Bawang Merah dalam Perspektif Etika Bisnis Islam di Pasar Panampu Kota Makassar”<sup>5</sup> dengan hasil penelitian mekanisme jual beli bawang merah yang dilakukan oleh pedagang di pasar panampu kota Makasar secara umum disimpulkan bahwa para pedagang dalam melakukan jual beli dengan cara jual beli langsung (*face to face*) dan para pedagang selalu mengedepankan konsep-konsep etika bisnis Islam. Perbedaan penelitian ini dengan penulis yakni di analisis yang dilakukan serta objek penelitian. Sedangkan persamaan penelitian ini dengan penulis yaitu dalam hal teori jual beli yang digunakan.

---

<sup>4</sup>Aidil Fitra, “*Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Usaha Rumahan (Home Industry) Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Di Kecamatan Kampar Timur*” (Skripsi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim: Riau Pekanbaru, 2013), h. 53

<sup>5</sup>Muhidin, “*Analisis Mekanisme Jual Beli Bawang Merah dalam Perspektif Etika Bisnis Islam di Pasar Panampu Kota Makassar*” (Skripsi Universitas Islam Negeri Alauddin : Makassar, 2018), h, 81

Penelitian Siti Fadila yang berjudul “Analisis Peran *Home Industry* Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam Studi pada *Home Industry* Kelanting di Desa Waringinsari Barat Kecamatan Sukoharjo”<sup>6</sup> hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dilihat dari beberapa indikator kesejahteraan masyarakat produsen kelanting di desa Waringinsari Barat secara keseluruhan masyarakat sudah dapat dikatakan sejahtera, namun pada kenyataannya kesejahteraan masih belum merata bagi sebagian produsen kelanting seperti masih ada ketimpangan. Perbedaan penelitian ini dengan penulis adalah studi kajian yang dilakukan. Sedangkan persamaannya adalah dalam objek penelitian yakni *home industry*.

Penelitian Pricilla Natalia Atom dalam jurnal ilmiah yang berjudul “Perlindungan Terhadap Konsumen Bahan Makanan dan Minuman Kadaluwarsa Di Kabupaten Manggarai Provinsi Nusa Tenggara Timur”<sup>7</sup> hasil penelitian ini menunjukkan bahwa upaya yang dilakukan oleh pemerintah dalam mengatasi kendala dalam melakukan penegakan hukum terhadap pelaku usaha yang mengedarkan bahan makanan dan minuman kadaluwarsa di Kabupaten Manggarai Provinsi Nusa Tenggara Timur masih lemah serta pendidikan dan pembinaan yang dilakukan oleh pemerintah belum terealisasi atau belum terlaksana dengan baik. Perbedaan penelitian ini dengan penulis yaitu terlihat dalam lokasi penelitian dan tinjauan yang dianalisis.

---

<sup>6</sup>Siti Fadila, “Analisis Peran *Home Industry* Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Desa Waringinsari Barat Kecamatan Sukoharjo” (Skripsi Institut Agama Islam Negeri Raden Intan : Lampung), h. 20

<sup>7</sup>Pricilla Natalia Atom, “Perlindungan Terhadap Konsumen Bahan Makanan dan Minuman Kadaluwarsa Di Kabupaten Manggarai Provinsi Nusa Tenggara Timur” (Jurnal Ilmiah Universitas Atma Jaya : Yogyakarta, 2014), h. 13

Persamaannya terletak pada variabel kedua yang membahas makanan kadaluwarsa.

Penelitian Muthia Sakti dalam jurnal ilmiah yang berjudul “Perlindungan Konsumen Terhadap Beredarnya Makanan Yang Tidak Bersertifikat Halal”<sup>8</sup> hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pertanggungjawaban pelaku usaha atas makanan yang tidak bersertifikat halal dan beredar di masyarakat yaitu dengan memberikan sanksi berupa penarikan teguran lisan, penarikan produk dari pasar dan sanksi pidana. Perbedaan penelitian ini dengan penulis yakni pada latar belakang masalah yang dibahas. Persamaannya yaitu dalam kajian teori yang membahas tentang makanan.

Secara keseluruhan perbedaan penelitian yang dilakukan dengan penelitian yang lainnya adalah penelitian ini menekankan pada mekanisme penjualan terhadap makanan ringan *home industry* tanpa tanggal kadaluwarsa pada kemasannya berdasarkan perspektif ekonomi Islam.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu berupa suatu proses penelitian yang menghasilkan data deskriptif, baik berupa tulisan atau ungkapan diperoleh langsung dari lapangan atau wilayah penelitian.<sup>9</sup> Dengan kata lain, data berupa hasil penelitian dan keterangan yang berkaitan dengan penelitian. Penelitian ini bertujuan

---

<sup>8</sup>Muthia Sakti, “Perlindungan Konsumen Terhadap Beredarnya Makanan Yang Tidak Bersertifikat Halal” (Jurnal Ilmiah UPN “Veteran” : Jakarta, 2015), h. 14

<sup>9</sup>Imam Suprayogo, *Metodologi Penelitian Sosial-Agama*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003), h. 163

untuk mengetahui bagaimana mekanisme penjualan produk tanpa tanggal kadaluwarsa pada *home industry* roti Hidayah di Hibrida Ujung Kelurahan Pagar Dewa Kecamatan Selebar Kota Bengkulu.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif yakni penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh objek penelitian.<sup>10</sup> Penelitian yang mendeskripsikan kejadian atau peristiwa yang ada di lapangan atau di lokasi penelitian baik berupa ucapan, tulisan dan perilaku, yang diamati. Konsep dalam penelitian kualitatif ditujukan untuk menjelaskan operasional fenomena-fenomena penelitian Dengan demikian penelitian kualitatif merupakan suatu proses penelitian yang menghasilkan data deskriptif baik berupa tulisan, ucapan yang di peroleh dari wilayah penelitian.

Metode yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah menggunakan metode deskriptif. Pengumpulan data kualitatif dari penelitian ini juga menggunakan metode pengamatan yang umumnya digunakan seperti wawancara bertahap (*in-depth interview*). observasi partisipasi (*participant observer*) dan dokumentasi.<sup>11</sup>

## 2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu penelitian ini dilaksanakan dari bulan April 2019 sampai dengan Oktober 2019. Sedangkan lokasi penelitian ini dilakukan di

---

<sup>10</sup>Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*, (Jakarta Selatan: Selemba Humanika, 2012), h. 9

<sup>11</sup>Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Prenada Media Group), 2011, h. 79

Hibrida Ujung Kelurahan Pagar Dewa Kecamatan Selebar, Kota Bengkulu. Lokasi penelitian dipilih dengan pertimbangan bahwa produk *home industry* ini sudah banyak tersebar luas di berbagai toko-toko di Kota Bengkulu. Mengingat keterkaitannya tersebut dengan permasalahan yang diangkat, maka lokasi tersebut layak dijadikan lokasi dalam penelitian ilmiah.

### 3. Subjek/Informan Penelitian

Informan penelitian dalam penelitian ini diantaranya subjek yang memahami informasi objek penelitian sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami objek penelitian. Dari penjelasan di atas maka informan penelitian ini adalah pemilik *home industry* yaitu ibu Eni Hidayati dan bapak Sukarmo serta tiga orang karyawan yang ada di *home industry* roti Hidayah Di Hibrida Ujung Kota Bengkulu, dengan wawancara dan dokumentasi. Dengan menggunakan panduan wawancara yang telah disiapkan untuk menggali beberapa informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

### 4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber data dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi dua yaitu sumber data primer dan sekunder, yang akan dijelaskan dibawah ini:

#### a. Sumber Data Primer

Sumber data primer ialah yang berasal dari sumber asli atau pertama.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup>Iskandar, *Metodologi Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif)*, (Jakarta: Gaung Persada Press, 2009), h. 252

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari informan, baik yang dilakukan melalui wawancara ataupun observasi. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah hasil observasi partisipasi yang dilakukan penulis sebanyak empat kali dan wawancara langsung sebanyak tiga kali kepada pemilik *home industry* yang beralamat di Hibrida Ujung Kelurahan Pagar Dewa Kecamatan Selebar Kota Bengkulu.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber Data Sekunder merupakan data yang diperoleh melalui pengumpulan data yang pengelolaan data yang bersifat studi dokumentasi (analisis dokumen). Studi dokumentasi berupa penelaahan terhadap dokumen pribadi, resmi kelembangaan, referensi-referensi atau peraturan (literatur laporan, tulisan dan lain-lain) yang memiliki relevansi dengan objek penelitian. Sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai data pelengkap seperti buku, skripsi, jurnal, penelusuran internet serta dokumentasi yang akan penulis dilakukan di *home industry* roti Hidayah di Hibrida Ujung Kelurahan Pagar Dewa Kecamatan Selebar Kota Bengkulu.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi.

a. Observasi

Dengan melakukan observasi penulis dapat mengamati objek penelitian dengan lebih cermat dan detail, misalnya peneliti dapat

mengamati kegiatan objek yang diteliti.<sup>13</sup> Selanjutnya penulis akan melakukan observasi partisipasi, dari hasil pengamatan tersebut maka dapat dituangkan ke dalam bahasa verbal. Observasi yang dilakukan penulis yakni dengan melakukan pengamatan yang dilakukan secara langsung oleh penulis pada lokasi penelitian di *home industry* roti Hidayah di Hibrida Ujung Kelurahan Pagar Dewa Kecamatan Selebar Kota Bengkulu.

b. Wawancara

Wawancara berarti melakukan interaksi komunikasi atau percakapan antara pewawancara (*interview*) dan informan atau orang yang diwawacarai. Wawancara merupakan sebuah percakapan antara dua orang atau lebih yang tujuannya untuk mendapatkan jawaban sebagai strategi dalam pengumpulan data.<sup>14</sup> Kegiatan ini dilakukan dengan mengadakan wawancara langsung dengan informan yang melakukan kegiatan produksi dengan kata lain produsen pada *home industry* roti Hidayah di Hibrida Ujung, Kecamatan Selebar Kota Bengkulu. Wawancara yang akan digunakan ialah wawancara mendalam mengenai pertanyaan yang sebelumnya telah dipersiapkan terlebih dahulu oleh penulis yang ditujukan kepada informan yang berpengaruh pada penelitian ini.

c. Dokumentasi

---

<sup>13</sup>Cholid Narbuko dan Acmad, *Metode penelitian*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), h. 85

<sup>14</sup> Hendri Tanjung dan Abrista Devi, *Metodelogi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: Grama Publising, 2010), h.83

Teknik ini digunakan untuk memperoleh data-data yang berkaitan dengan data deskriptif lokasi penelitian.<sup>15</sup> Dokumentasi dalam penelitian berbentuk teks tertulis, gambar, foto serta *audio recorder*.

## 5. Teknik Analisis Data

Aktivitas dalam analisis data yaitu data reduction, display data, conclusion drawing/verification.

### a. Data *reduction* (reduksi data)

Mereduksi data merupakan merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal yang penting. Data yang sudah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah penelitian untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencari bila diperlukan.

### b. *Display* data (penyajian data)

Penelitian dengan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini, penyajian data yang akan disajikan berupa uraian singkat, tabel, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya.

### c. *Conclusioan drawing/verification* (penarikan kesimpulan)

Penarikan kesimpulan dalam penelitian dengan pendekatan kualitatif yaitu merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan yang berupa gambaran suatu objek yang sebelumnya belum jelas sehingga setelah diteliti menjadi jelas.

---

<sup>15</sup>Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif Dan Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Kencana, 2017), h. 391.

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Mekanisme Penjualan dalam Islam

Mekanisme dalam ekonomi Islam adalah salah satu cara untuk mencapai tujuan ekonomi tertentu, yaitu berupa kesejahteraan masyarakat. Pengertian penjualan menurut Susanto, adalah usaha yang dilakukan manusia untuk menyampaikan barang kebutuhan yang dihasilkan kepada mereka yang membutuhkan dengan imbalan uang menurut harga yang telah disepakati. Sedangkan menurut Lim Tanujaya, penjualan merupakan suatu konsep yang berupa meyakinkan konsumen untuk membeli suatu produk.<sup>16</sup>

Sedangkan konsep penjualan menurut Kotler, yaitu suatu kegiatan untuk menyalurkan barang kepada konsumen atau pembeli yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dengan cara promosi yang bersifat mempengaruhi konsumen hingga barang tersebut sampai terjual kepada konsumen.<sup>17</sup>

##### 1. Pengertian dan Hikmah Jual Beli

Menurut istilah (terminologi) yang dimaksud dengan jual beli adalah sebagai berikut :<sup>18</sup>

---

<sup>16</sup>Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Erlangga, 2012), h. 26

<sup>17</sup>Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta: PT. Prehalindo, 2007), h. 18

<sup>18</sup>Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h. 67

- a. Menukar barang dengan barang atau barang dengan uang dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan.
- b. Pemilikan harta benda dengan jalan tukar-menukar yang sesuai dengan aturan syara.
- c. Saling tukar harta, saling menerima, dapat dikelola (tasharruf) dengan ijab dan qabul, dengan cara yang sesuai dengan syara.
- d. Tukar-menukar benda dengan benda lain dengan cara yang khusus (dibolehkan).
- e. Penukaran benda dengan benda lain dengan jalan saling merelakan atau memindahkan hak milik dengan ada penggantinya dengan cara yang dibolehkan.
- f. Aqad yang tegak atas dasar penukaran harta dengan harta, maka jadilah penukaran hak milik secara tetap.

Dari beberapa definisi di atas dapat dipahami bahwa inti dari jual beli ialah suatu perjanjian tukar-menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela di antara kedua belah pihak, yang satu menerima benda-benda dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan syara dan disepakati.

Di bawah ini ayat yang menjelaskan mengenai etika dalam jual beli yaitu dalam surah Al-Syu'ara: 183<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup> Mardani, *Ayat-Ayat dan Hadis Ekonomi Syariah*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2017), h. 11

وَلَا تَبْخُسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعَثُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴿١٨٣﴾

Artinya : “Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan.” (Q.S. Asy-Syu’ara: 183)

Ayat di atas menerangkan bahwa firman-Nya: wa laa tabkhasun naasa asy-yaa-ahum (“Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya”) yaitu janganlah kalian mengurangi harta-harta mereka. Walaa ta’tsau fil ardli mufsidin (“Dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan”) yaitu janganlah menjadi perampok. Dan bertakwalah kepada Allah yang telah menciptakanmu dan umat-umat yang dahulu.

Menurut Al Jazairi, hikmah disyariatkannya jual beli ialah seorang Muslim bisa mendapatkan apa yang dibutuhkan dengan sesuatu yang ada di tangan saudaranya tanpa kesulitan yang berarti. Sedangkan hikmah jual beli menurut As Shan'ani adalah bahwa kebutuhan manusia tergantung dengan apa yang ada pada orang lain (temannya); sedangkan temannya itu terkadang tidak mau memberikannya kepada orang lain. Maka dalam syariat jual beli itu terdapat sarana untuk sampai kepada maksud itu, tanpa dosa.<sup>20</sup>

## 2. Dasar Hukum Jual Beli

Adapun yang membolehkan untuk melakukan jual beli yang sah atau tidak sah. Ini maksudnya agar muamalah berjalan sah dan segala sikap

---

<sup>20</sup>Lukman Hakim, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*, (Jakarta : Erlangga, 2012), h.

atau tindakannya jauh dari kerusakan dan tidak dibenarkan. Maka perlu adanya landasan hukum yang bersumber dari :<sup>21</sup>

Dalam al-qur'an banyak terdapat ayat-ayat yang menyebutkan tentang jual beli, salah satunya dalam surah Al-Baqarah ayat 275 dan An-Nisa ayat 29 :

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ  
الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ  
الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ  
وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ



Artinya : “Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka Berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah Telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang Telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang Telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.” (Q.S. Al-Baqarah : 275)

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ  
تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ

رَحِيمًا

<sup>21</sup>Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah*, (Bandung : Pustaka Setia, 2011), h. 76

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)

Dan para ulama Muslim sepakat atas kebolehan akad jual beli. Ijma ini memberikan hikmah bahwa kebutuhan manusia berhubungan dengan sesuatu yang ada dalam kepemilikan orang lain dan kepemilikan sesuatu itu tidak akan diberikan dengan begitu saja, namun terdapat kompensasi yang harus diberikan. Jual beli merupakan salah satu cara untuk merealisasikan keinginan dan kebutuhan manusia, karena pada dasarnya manusia tidak bisa hidup tanpa berhubungan dan bantuan orang lain.

### **3. Rukun dan Syarat Jual Beli**

Di kalangan fuqaha, terdapat perbedaan mengenai rukun jual beli. Menurut fuqaha kalangan Hanafiyah, rukun jual beli adalah *ijab* dan *qabul*. Sedangkan menurut jumhur ulama, rukun jual beli terdiri dari akad (*ijab* dan *qabul*), *aqid* (penjual dan pembeli), *ma'qud alaih* (objek akad).<sup>22</sup> Berikut ini rukun jual beli, antara lain:

- a. Akad (*ijab* dan *qabul*), *ijab* yang artinya meletakkan, dari pihak penjual yaitu pemberian hak milik dan *qabul* yaitu orang yang menerima hak milik. Syarat-syaratnya adalah:

---

<sup>22</sup>Qomarul Huda, *Fiqh Muamalah*, (Yogyakarta: Teras), 2011, h. 55

- 1) *Qabul* harus sesuai dengan *ijab* dalam arti kata sama baik jenis, sifat, ukuran dan jatuh temponya dan penundaan, jika ini terjadi maka barulah dua keinginan akan bertemu dan saling bercocokan.
  - 2) Tidak diselingi dengan ucapan yang asing dalam akad.
  - 3) Tidak ada jeda diam yang panjang antara *ijab* dan *qabul*, yaitu jeda yang bisa menggambarkan sikap penolakan terhadap *qabul*.
  - 4) Orang memulai dengan *ijab* dan *qabul* bersikukuh dengan ucapannya, melafalkan *sighat* yang bisa didengar oleh orang yang dekat dengannya.
- b. *Aqid* (penjual dan pembeli), penjual dan pembeli biasa digolongkan sebagai orang yang berakad. Syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh keduanya adalah sebagai berikut:<sup>23</sup>
- 1) Berakal, agar dia tidak terkecoh. Orang yang gila atau bodoh tidak sah jual belinya.
  - 2) Keduanya telah cakap melakukan perbuatan hukum.
  - 3) Keduanya melakukan akad atas kehendak sendiri atau tidak ada paksaan dari pihak manapun.
  - 4) Tidak mubazir (pemboros), sebab harta orang yang mubazir itu di tangan walinya.
- c. *Ma'qud alaih* (objek atau barang yang diakadkan), yaitu harta yang akan dipindahkan dari tangan salah seorang yang berakad kepada

---

<sup>23</sup>Qomarul Huda, *Fiqh Muamalah...* h. 58

pihak lain. Dan di bawah ini akan dijelaskan syarat-syarat *ma'qud alaih* diantaranya adalah:<sup>24</sup>

- 1) Barang yang ada dalam akad adalah suci
- 2) Dapat dimanfaatkan secara *syar'i* walaupun dalam masa akan datang seperti anak keledai
- 3) Mampu menyerahkan barang yang dijual
- 4) Mempunyai kuasa terhadap barang yang akan dijual
- 5) Mengetahui barang yang akan dijual baik zat, jumlah dan sifat

#### **4. Syarat-Syarat Sah *Ijab Qabul***

Syarat-syarat sah *ijab dan qabul* ialah sebagai berikut.<sup>25</sup>

- a. Jangan ada yang memisahkan, pembeli jangan diam saja setelah penjual menyatakan *ijab* dan sebaliknya.
- b. Jangan diselingi dengan kata-kata lain antara *ijab* dan *qabul*.
- c. Beragama Islam, syarat ini khusus untuk pembeli saja dalam benda-benda tertentu, misalnya seseorang dilarang menjual hambanya yang beragama Islam kepada pembeli yang tidak beragama Islam, sebab besar kemungkinan pembeli tersebut akan merendahkan yang beragama Islam, sedangkan Allah melarang orang-orang mukmin memberi jalan kepada orang kafir untuk merendahkan mukmin.

#### **5. Tidak Sahnya Jual Beli**

Berikut beberapa hal yang menyebabkan tidak sahnya jual beli, antara lain:<sup>26</sup>

---

<sup>24</sup>Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamalat Sistem Transaksi Dalam Islam*, (Jakarta: Amzah), 2017, h. 47

<sup>25</sup>Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h. 71

- a. Menggabungkan dua syarat dalam satu Jual beli, misalnya pembeli kayu bakar mensyaratkan bisa memecah kayu bakar sekaligus membawanya.
- b. Mensyaratkan sesuatu yang merusak inti jual beli itu sendiri, misalnya penjual kambing mensyaratkan kepada pembeli bahwa pembeli tidak boleh menjualnya lagi, atau pembeli tidak boleh menjualnya kepada Zaid, atau tidak boleh menghadiahkan kepada Amr, atau penjual mensyaratkan pembeli meminjamkan sesuatu kepadanya, atau menjual sesuatu kepadanya.
- c. Syarat batil yang bisa mensahkan jual beli dan membatalkannya, misalnya penjual budak mensyaratkan bahwa wala- (perwalian) budak yang akan dijual itu menjadi miliknya. Syarat seperti itu batil. namun jual belinya sah.

#### **6. Beberapa jual beli yang sah, tetapi dilarang**

Yang menjadi pokok sebab timbulnya larangan adalah : (1) menyakiti si penjual, pembeli atau orang lain; (2) menyempitkan gerakan pasaran; (3) merusak ketentraman umum.<sup>27</sup>

- a. Membeli barang dengan harga yang lebih mahal daripada harga pasar, sedangkan dia tidak menginginkan barang itu, tetapi semata-mata supaya orang lain tidak dapat membeli barang itu.
- b. Membeli barang yang sudah dibeli orang lain.

---

<sup>26</sup>Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah...* h. 73

<sup>27</sup>Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamalat Sistem Transaksi Dalam Islam*, (Jakarta: Amzah), 2017, h. 66

- c. Mencegat orang-orang yang datang dari desa di luar kota, lalu membeli barangnya sebelum mereka sampai ke pasar dan sewaktu mereka belum mengetahui harga pasar.
- d. Membeli barang untuk ditahan agar dapat dijual dengan harga yang lebih mahal, sedangkan masyarakat umum memerlukan barang itu.
- e. Menjual suatu barang yang berguna, tetapi kemudian dijadikan alat maksiat oleh yang membelinya.
- f. Jual beli yang disertai tipuan. Berarti dalam urusan jual beli itu ada tipuan, baik dari pihak pembeli maupun dari penjual, pada barang ataupun ukuran dan timbangannya.

## **7. Pemasaran dalam Ekonomi Islam**

### **a. Konsep Pemasaran Ekonomi Islam**

Menurut KBBI pemasaran ialah proses; cara; perbuatan dalam memasarkan barang dagangan; perihal menyebarluaskan di tengah-tengah masyarakat pada umumnya.<sup>28</sup> Menurut Swastha dan Irawan, konsep pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan.<sup>29</sup>

Dalam Islam pemasaran adalah bentuk muamalah yang dibenarkan sepanjang dalam segala proses transaksinya terpelihara dari hal-hal yang terlarang menurut ketentuan syariah. Muhammad Kartajaya

---

<sup>28</sup>Departemen Pendidikan Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka), 2008.

<sup>29</sup>Idri, *Hadis Ekonomi (Ekonomi dalam Perspektif Nabi)*, (Jakarta: Prenadamedia Group), 2015, h. 264

dan Muhammad Syair Sula mendefinisikan, pemasaran syariah adalah sebuah disiplin strategi yang mengarahkan, proses penciptaan, penawaran dan perubahan value, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam.<sup>30</sup>

Hal ini berarti dalam pemasaran syariah, seluruh proses dalam penciptaan, penawaran, perubahan nilai value, tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah Islam. Sepanjang hal tersebut dapat dijamin dan penyimpangan prinsip-prinsip muamalah Islami tidak terjadi dalam suatu transaksi atau dalam proses suatu bisnis, maka bentuk transaksi apapun dalam pemasaran diperbolehkan.

Pemasaran syariah merupakan suatu kegiatan pemasaran yang dilandasi semangat ibadah kepada Allah SWT. berusaha semaksimal mungkin dengan tujuan untuk kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan atau kepentingan pribadi. Bisnis yang didasari dengan keikhlasan semata-mata untuk mencari ridho Allah, maka seluruh bentuk transaksinya menjadi nilai ibadah di hadapan Allah SWT. firman Allah dalam Al-Qur'an :<sup>31</sup>

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا  
اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠٦﴾

<sup>30</sup>Herman Kartajaya, *Marketing Mix*, (Bandung : PT Mirzan Pustaka, 2006), h.

<sup>31</sup> Departemen, RI. *Al-Qur'an dan Terjemah*, (Solo : Abyan, 2014), h. 554

Artinya : “Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.” (Q.S. Al-Jumu’ah: 10)

Dalam memasarkan suatu produk harus dilakukan dengan baik dan dengan rasa suka sama suka. Sebab Allah membenci transaksi jual beli yang mengandung batil, dzalim dan paksaan hanya demi mendapat keuntungan yang besar. Dalam Al-Qur’an Allah berfirman:<sup>32</sup>

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا 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)

Ada pula hadis yang menerangkan mengenai perihal pemasaran atau memasarkan produk.

مَنْ عَشَّنَا فَلَيْسَ مِنَّا، وَالْمَكْرُ وَالْخِدَاعُ فِي النَّارِ.

Artinya: *Nabi Muhammad Saw. bersabda: “Barangsiapa yang menipu, maka ia tidak termasuk golongan kami. Orang yang berbuat makar dan pengelabuan, tempatnya di neraka.”* (Hadis Riwayat Ibnu Hibban, Hadis ini sebagaimana kata Syaikh Al Albani dalam Ash Shahihah)

---

<sup>32</sup> Departemen, RI. *Al-Qur’an dan Terjemah*, (Solo : Abyan, 2014), h. 83

(Matan lain: Muslim 2826, Nas'I 4408, Abi Daud 3037, Ahmad 4793, Malik 1191)

Hadis menjelaskan bahwa seorang pedagang harus berlaku jujur, menjelaskan cacat barang dagangan yang ia ketahui, yang tidak terlihat oleh pembeli. Demikian halnya dengan kualitas produk harus sesuai dengan apa yang disampaikan produsen baik melalui informasi atau promosi. Suatu hal yang perlu diperhatikan ialah bagaimana hebatnya biaya promosi, jika tidak diikuti dengan produk yang bermutu dan kondisi yang ada adalah kedustaan, maka pemasaran tidak akan berhasil.<sup>33</sup>

Islam tidak pernah melarang umatnya untuk berbisnis, bahkan Nabi Muhammad SAW. pun telah mencontohkan bisnis sebagai mata pencaharian umatnya. Akan tetapi, dalam berbisnis harus sesuai dengan ketentuan syariat Islam. Hal ini bertujuan agar bisnis yang dilakukan berjalan dengan lancar, mendapat kemaslahatan di dunia dan di akhirat serta mendapat ridho dari Allah SWT.

#### b. Prinsip Pemasaran Ekonomi Islam

Terdapat beberapa prinsip-prinsip pemasaran dalam ekonomi Islam diantaranya:<sup>34</sup>

- 1) Berlaku adil
- 2) Tanggap terhadap perubahan

---

<sup>33</sup> Ilfi Nur Diana, *Hadis-Hadis Ekonomi*, (Malang : UIN Maliki Press, 2011), h. 212

<sup>34</sup> Abdullah Gymnasiar dan Hermawan Kartajaya, *Berbisnis Dengan Hati*, (Jakarta: Mark Plus, 2004), h. 46

- 3) Berbuat yang terbaik dari sisi produk dan harga
- 4) Rela sama rela dan adanya hak khiyar pada pembeli (hak pembatalan terhadap transaksi)
- 5) Tidak curang
- 6) Berorientasi pada kualitas

c. Etika Pemasaran Ekonomi Islam

Kerangka pemasaran dalam bisnis Islam adalah aktivitas yang dilandasi oleh saling ridha dan rahmat antara penjual dan pembeli, dalam sebuah aktivitas di dalam sebuah pasar ada dua etika yang harus diperhatikan dalam pemasaran, yaitu:<sup>35</sup>

- 1) Etika pemasaran dalam konteks produk, meliputi:
  1. Produk yang halal dan tayyib
  2. Produk berguna dan dibutuhkan
  3. Produk yang berpotensi ekonomi dan benefit
  4. Produk yang bernilai tambah tinggi
  5. Produk yang dapat memuaskan masyarakat
- 2) Etika pemasaran dalam konteks harga, meliputi:
  1. Beban biaya produksi yang wajar
  2. Sebagai alat kompetisi yang sehat
  3. Diukur dengan kemampuan daya beli masyarakat
  4. Margin perusahaan yang layak
  5. Sebagai alat daya tarik konsumen

---

<sup>35</sup>Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Fajar Interpretama Mandiri, 2013), h. 103

## **B. Produk *Home Industry* Tanpa Tanggal Kadaluwarsa**

### **1. Pengertian Industri Rumah Tangga (*Home Industry*)**

*Home industry* atau di kenal juga sebagai industri kecil merupakan bagian dari mikro bisnis. Industri kecil menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 adalah kegiatan ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha-usaha menengah.<sup>36</sup>

Dalam pengertian industri kecil menurut Undang-Undang di atas terdapat cakupan jumlah kekayaan yang dimiliki oleh suatu rumah penduduk, yang pekerjaanya merupakan anggota keluarga sendiri yang tidak terikat jam kerja dan tempat. Salah satu jenis usaha kecil menengah adalah *home industry*. Industri rumah tangga (*home industry*) adalah semua kegiatan ekonomi berupa pengelolaan barang menjadi bernilai tinggi untuk penggunaannya, dilakukan oleh masyarakat pengusaha dari golongan ekonomi lemah atau perusahaan kecil seperti kerajinan. Dikatakan sebagai perusahaan kecil karena jenis kegiatan ekonomi ini dipusatkan dirumah. Pengertian usaha kecil jelas tercantum oleh UU No. 9 Tahun 1995, yang menyebutkan bahwa usaha kecil adalah usaha dengan kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000,- (tidak termasuk

---

<sup>36</sup>Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Tentang Industri Kecil

tanah dan bangunan tempat usaha) dengan hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 100.000.000,-.<sup>37</sup>

Secara singkat, *home industry* merupakan bagian dari bisnis yang didalamnya melakukan kegiatan produksi dan kegiatan tersebut diperbolehkan dalam islam. Seperti yang dijelaskan dalam hadis berikut:<sup>38</sup>

عَنْ رَفَعَةَ بْنِ رَافِعٍ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ؟ قَالَ  
: عَمَلُ الرَّخْلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ (رواه ابن اروضحه الحكيم)

Artinya : *Dari Rifa'ah Bin Rafi' bahwa Nabi SAW. pernah ditanya. "pekerjaan apakah yang paling baik?" beliau menjawab, "pekerjaan yang dilakukan seseorang dengan usahanya sendiri dan setiap jual-beli yang baik."* Hadis Riwayat Al-Bazzar. Hadis ini shahih menurut Al-Hakim.

## 2. Pengertian Produk

Dari sudut pandang produsen atau pemasar, produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, dicari, dibeli, digunakan, dan/atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar bersangkutan. Berdasarkan perspektif konsumen, produk adalah segala sesuatu yang diterima pelanggan dari sebuah pertukaran dengan pemasar.<sup>39</sup>

Menurut Kotler, produk adalah apa saja yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan, termasuk di

---

<sup>37</sup>Undang-Undang No. 9 Tahun 1995 Tentang Usaha Kecil

<sup>38</sup>Lukman Hakim, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*, (Surakarta: Erlangga, 2012),

h. 80

<sup>39</sup>Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: CV. Andi, 2017), h. 231

dalamnya adalah objek fisik, jasa, tempat dan gagasan (ide).<sup>40</sup> Adapula menurut Stanton, mendefinisikan produk adalah suatu sifat yang kompleks baik dapat diraba maupun tidak dapat diraba termasuk di dalamnya warna, harga, kemasan, pretise perusahaan, pengecer dan pelayanan dari perusahaan untuk memuaskan keinginan dan kebutuhannya.<sup>41</sup>

Dari kedua definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa konsumen tidak hanya membeli kumpulan atribut fisiknya saja tetapi mereka membayar sesuatu yang memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka.

Klasifikasi produk bisa dilakukan atas berbagai macam sudut pandang. Berdasarkan jenisnya, produk dapat diklasifikasikan ke dalam dua kelompok utama, yaitu:<sup>42</sup>

a. Barang

Barang merupakan produk yang berwujud fisik, sehingga bisa dilihat, diraba/disentuh, dirasa, dipegang, disimpan, dipindahkan dan mengalami perlakuan fisik lainnya. Di bawah ini terdapat dua macam barang, yaitu:

1. Barang tidak tahan lama

Barang tidak tahan lama adalah barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian. Dengan kata lain, umur ekonomisnya dalam kondisi pemakaian

---

<sup>40</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta: PT. Prehalindo, 2007), h. 17

<sup>41</sup> William J. Stanton, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. (Jakarta: Erlangga, 2001), h.

<sup>42</sup>Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran...* h. 234

normal kurang dari satu tahun. Contohnya adalah sabun, minuman dan makanan ringan, kapur tulis, gula dan garam.

## 2. Barang tahan lama

Barang tahan lama merupakan barang berwujud yang biasanya bertahan lama dengan banyak pemakaian (umur ekonomisnya untuk pemakaian normal adalah satu tahun atau lebih). Contohnya antara lain TV, lemari es, mobil, computer dan lain-lain.

## b. Jasa (Service)

Jasa merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Jasa bercirikan *intangibile*, *inseparable*, *variable*, dan *perishable*. Contohnya bengkel reparasi, salon kecantikan, kursus, hotel, lembaga pendidikan dan lain-lain.

## 3. Pengertian Produk Makanan Kadaluwarsa

*Al-Ath'imah* (makanan) bentuk jamak dari kata *tha'am* yang berarti *math'um*, sesuatu yang dimakan. Adapun yang dimaksud dengan makanan yang haram dan yang halal adalah merujuk pada zatnya (sustansinya), dan bukan karena faktor eksternalnya, seperti karena hasil merampas, mencuri dan yang lainnya, sebab harta hasil curian dan merampas dari segi zatnya halal dan pengharaman hanya bersifat sisipan lantaran ada perbuatan merampas dan mencuri.<sup>43</sup>

Menurut keputusan Dirjen POM No. 02591/B/SK/VIII/1991 tentang makanan kadaluwarsa bahwa makanan kadaluwarsa adalah

---

<sup>43</sup>Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamalat Sistem Transaksi Dalam Islam*, (Jakarta: Amzah), 2017, h. 463

makanan yang telah lewat tanggal daluwarsa. Sedangkan tanggal daluwarsa adalah batas akhir suatu makanan dijamin mutunya sepanjang penyimpanannya mengikuti petunjuk yang diberikan oleh produsen.

Di bawah ini dasar hukum makanan yang halal dan yang haram, antara lain sebagai berikut:<sup>44</sup>

وَمُحِلُّ لَهُمُ الطَّيِّبَاتِ وَتُحْرَمُ عَلَيْهِمُ الْخَبَائِثُ ...

Artinya: “... Dan menghalalkan bagi mereka segala yang baik dan mengharamkan bagi mereka segala yang buruk.” (QS. Al-A’raf: 157)

يَسْأَلُونَكَ مَاذَا أُحِلَّ لَهُمْ قُلْ أُحِلَّ لَكُمْ الطَّيِّبَاتُ ...

Artinya: “Mereka menanyakan kepadamu: “Apakah yang dihalalkan bagi mereka?” Katakanlah: “Dihalalkan bagimu yang baik-baik”. (QS. Al-Maidah: 4)

Artinya sesuatu yang dianggap baik oleh jiwa dan disukai dan tidak ada *nash* yang melarangnya, dan tidak boleh diterjemahkan dengan yang halal sebab mereka bertanya tentang yang halal kepada mereka, bagaimana dia mengatakan: “Saya menghalalkan yang halal?” sementara Allah berfirman:

قُلْ لَا أَجِدُ فِي مَا أُوحِيَ إِلَيَّ مُحَرَّمًا عَلَى طَاعِمٍ يَطْعَمُهُ إِلَّا أَنْ يَكُونَ مَيْتَةً أَوْ دَمًا مَسْفُوحًا أَوْ لَحْمَ خِنزِيرٍ ...

---

<sup>44</sup>Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamalat...* h. 464

Artinya: “Katakanlah: “Tiadalah aku peroleh dalam wahyu yang diwahyukan kepadaku, sesuatu yang diharamkan bagi orang yang hendak memakannya, kecuali kalau makanan itu bangkai, atau darah yang mengalir atau daging babi.” (QS. Al-An’am: 145)

Beberapa istilah yang harus diketahui apabila ingin membeli makanan untuk mengetahui makanan tersebut sudah kadaluwarsa atau belum, antara lain :<sup>45</sup>

a. “Baik digunakan sebelum” (*best before*)

“Baik digunakan sebelum” memiliki makna bahwa suatu produk pangan sebaiknya dikonsumsi sebelum tanggal yang tercantum, karena tanggal tersebut merupakan batas optimal produsen dapat menjamin kelayakan produk untuk dikonsumsi.

b. “Gunakan sebelum” (*use by* atau *expiry date*)

“Gunakan sebelum” memiliki makna bahwa produk pangan harus dikonsumsi maksimal pada tanggal yang tercantum. Tanggal yang tercantum merupakan batas maksimal produsen dapat menjamin, bahwa produk tersebut belum rusak dan masih layak untuk dikonsumsi. Setelah tanggal tersebut, diduga kualitas produk sudah tidak dapat diterima oleh konsumen. Kalimat “Gunakan sebelum” umumnya dicantumkan pada produk yang mudah rusak dan umur simpanannya pendek seperti produk-produk susu (segar dan cair), daging dan sayur-mayur.

c. “Batas sebelum penarikan” (*pull date*)

---

<sup>45</sup> Khumedi Ja’far, *Jual Beli Produk Makanan Kadaluwarsa Dalam Perspektif Hukum Islam*, (Lampung : LP2M, 2016), h.53

“Batas sebelum penarikan” merupakan cara lain untuk memberikan informasi mengenai “gunakan sebelum”. Kalimat “batas waktu sebelum penarikan” menandakan tanggal terakhir yang dianjurkan bagi konsumen untuk membeli produk tersebut sehingga masih mempunyai waktu untuk mengonsumsinya tanpa produk tersebut mulai mengalami kerusakan. Setelah tanggal tersebut, suatu produk akan ditarik dari pengecer dan toko-toko karena dianggap mutunya akan segera menurun dan jika tidak ditarik akan menimbulkan kerugian bagi konsumen.

d. “Tanggal dikemas” (*pack date*)

“Tanggal dikemas” merupakan informasi yang berupa tanggal pada saat produk dikemas, baik pengemasan oleh produsen maupun pengecer. Contohnya pada produk minyak sayur curah atau buah potong dalam kemasan yang dijual di supermarket.

e. “Tanggal masuk toko” (*sell by date*)

“Tanggal masuk toko” merupakan informasi yang berupa tanggal pada saat produk memasuki gudang penyimpanan di toko atau tempat penjualan.

#### **4. Kerugian dalam Membeli dan Mengonsumsi Produk Makanan Kadaluwarsa**

Efek samping yang diderita oleh konsumen akibat mengonsumsi makanan kadaluwarsa adalah keracunan. Keracunan makanan adalah penyakit yang diakibatkan karena telah mengonsumsi makanan yang

tidak sehat. Gejala-gejala umum dari keracunan yaitu perut mulas, mual, muntah, diare dan disertai kulit kemerahan, kejang dan pingsan.

Gejala-gejala dari keracunan dapat digolongkan menjadi beberapa golongan gejala keracunan yaitu :<sup>46</sup>

- a. Keracunan ringan, yaitu apabila gejala keracunan hanya terasa perut mulas, melilit dan rasa ingin buang air tetapi yang dikeluarkan hanya angin maka keadaan ini termasuk pada tahap keracunan ringan.
- b. Keracunan sedang, yaitu apabila gejala keracunannya adalah penderita merasakan sakit perut yang disertai diare dan terkadang pusing dan muntah, maka keadaan ini tergolong keracunan sedang.
- c. Keracunan berat, yaitu apabila gejala keracunannya adalah penderita merasakan nyeri yang hebat disertai diare yang tidak tertahankan, muntah, sakit kepala atau timbul bintik-bintik merah di muka dan di kulit bahkan sampai kulit terasa terbakar.

## **5. Peraturan Perundangan-Undangan Tentang Pencantuman Tanggal Kadaluwarsa**

Tanggal kadaluwarsa merupakan informasi dari produsen kepada konsumen, yang menyatakan batas atau tenggang waktu penggunaan atau pemanfaatan yang paling “baik” (kualitas) dan paling “aman” (kesehatan) dari suatu produk makanan atau minuman. Tanggal kadaluwarsa dicantumkan pada makanan segar dan cepat basi seperti roti, daging dan susu kemasan. Saat produk melewati batas tanggal

---

<sup>46</sup>Khumedi Ja'far, *Jual Beli Produk Makanan Kadaluwarsa Dalam Perspektif Hukum Islam*, (Lampung: LP2M, 2016), h.55

kadaluwarsa atau waktu terbaik dikonsumsi, artinya produk tersebut memiliki “mutu yang paling prima” hanya sampai batas waktu tersebut. Penentuan batas kadaluwarsa dapat dilakukan dengan menggunakan metode-metode tertentu.<sup>47</sup>

Penentuan batas kadaluwarsa dilakukan untuk menentukan umur simpan produk. Penentuan umur simpan didasarkan atas faktor-faktor yang mempengaruhi umur simpan produk pangan. Faktor-faktor tersebut adalah keadaan ilmiah (sifat makanan), mekanisme berlangsungnya perubahan (misalnya kepekaan terhadap air dan oksigen), serta terjadinya perubahan kimia, kondisi atmosfer (suhu dan kelembaban) serta daya tahan kemasan.

Pada pasal 2 ayat 1 Keputusan Dirjen. POM No. 02591/B/SK/VIII/1991 tentang Perubahan Lampiran Permenkes No. 180/Menkes/Per/IV/1985 tentang Makanan Kadaluwarsa menyatakan bahwa pada label dari makanan tertentu yang diproduksi, diimpor dan diedarkan harus dicantumkan tanggal kadaluwarsa secara jelas. Dan dalam pasal 8 ayat 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyebutkan: “tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, atauran pakai, tanggal kadaluwarsa, nama dan alamat pelaku usaha serta

---

<sup>47</sup>John Pieris dan Wiwik Sriwidiarty, *Negara Hukum dan Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Pangan Kadaluwarsa*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2007), h. 29

keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang atau dibuat”.<sup>48</sup>

Apabila dilihat pada pasal 5 ayat 1 Keputusan Dirjen. POM No. 02591/B/SK/VIII/1991 tentang Perubahan Lampiran Permenkes No. 180/Menkes/Per/IV/1985 tentang Makanan Kadaluwarsa menyatakan pelanggaran terhadap pasal 2 dikenakan sanksi administratif dan atau sanksi hokum lainnya sesuai dengan ketentuan peraturan perundangan-undangan yang berlaku.

---

<sup>48</sup>Mansyur M Ali, *Penegakan Hukum Tentang Tanggung Gugat Produsen, Dalam Perwujudan Perlindungan Konsumen*, (Jogjakarta: Genta Press, 2007), h. 36

## BAB III

### GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

#### A. Sejarah *Home Industry* Roti Hidayah

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Eni,<sup>49</sup> ia mengatakan bahwa *home industry* roti Hidayah merupakan kegiatan usaha produksi yang dilakukan dalam rumah atau bangunan milik sendiri. *Home industry* roti Hidayah ini didirikan oleh bapak Sukarmo pada tanggal 02 Februari 2011 dengan modal awal sebesar Rp 15.000.000,- dan baru memiliki 5 karyawan. Seiring berjalannya waktu *home industry* ini cukup berkembang baik dari segi keuntungan yang diperoleh dan semakin dikenal orang dari mulut ke mulut.

Dengan modal awal Rp 15.000.000,- *home industry* ini mulai beroperasi memproduksi roti setiap harinya. Dengan usaha yang cukup besar dan semangat yang tinggi, setelah satu tahun usaha yang dijalankan pada tanggal 15 Maret 2012 baru mendapatkan surat izin usaha perdagangan (SIUP) kecil yang dikeluarkan oleh pemerintah maupun dinas kesehatan kota Bengkulu. Dalam proses pembuatan roti Hidayah terdiri dari rasa coklat, kelapa, stroberi ada juga roti tawar dan bahan baku yang digunakan oleh *home industry* ini mulai dari tepung terigu, mentega delima, gula, garam dan bubuk roti. *Home industry* roti Hidayah telah memiliki 5 karyawan yang

---

<sup>49</sup>Eni Hidayati, (Wawancara Mengenai Profil *Home Industry*), 2 Oktober 2019.

terbagi pada tiga bagian yakni bagian produksi sebanyak 3 orang, bagian pengemasan sebanyak 3 orang dan bagian pemasaran 3 orang.<sup>50</sup>

Dengan usaha, do'a dan kerjasama antar karyawan, dari waktu ke waktu penjualan yang dilakukan terus meningkat, ibu Eni mulai menambah alat-alat untuk memproduksi roti, seperti mesin pemanggang dan sebagainya. Ia juga mulai menambah varian rasa dalam membuat roti sehingga dapat meningkatkan minat masyarakat untuk membeli. Sekarang *home industry* ini semakin dikenal dari tahun ke tahunnya.

#### **B. Profil *Home Industry* Roti Hidayah**

Nama Usaha : *Home Industry* roti Hidayah

Alamat : Jl. Hibrida Ujung Gang Sejahtera 02 Rt 07 Rw 02

Kelurahan Pagar Dewa Kecamatan Selebar Kota Bengkulu

Pemilik Usaha : Eni Hidayati dan Sukarmo

Bidang Usaha : *Bakery* (Roti)

Mulai Usaha : 2011

Label Usaha :



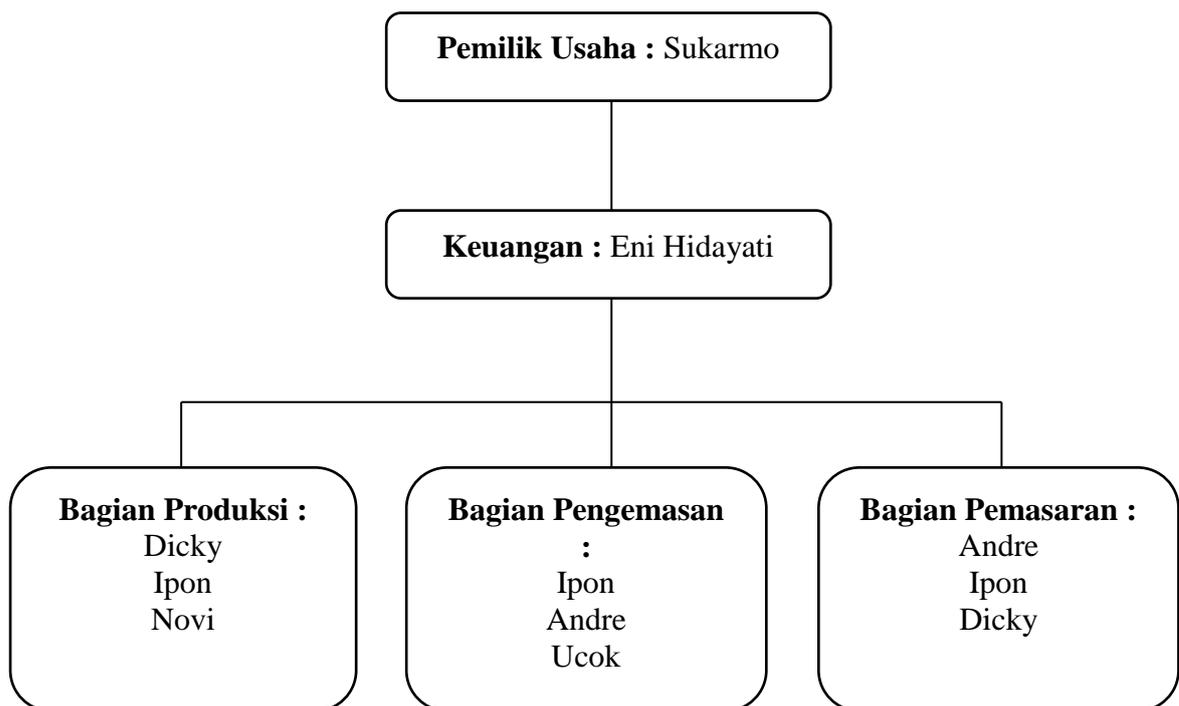
---

<sup>50</sup>Eni Hidayati, (Wawancara Mengenai Profil *Home Industry*), 2 Oktober 2019.

### C. Struktur Organisasi *Home Industry* Roti Hidayah

*Home industry* roti Hidayah merupakan usaha perorangan atau pribadi yang pemiliknya adalah Bapak Sukarmo. Dan karyawan yang bekerja di *home industry* ini jumlahnya sebanyak 5 orang. Dengan adanya struktur organisasi yang baik, teratur dan jelas di dalam suatu usaha maka akan terlihat dengan jelas pula pembagian tugas dan tanggung jawab masing-masing karyawan.

Gambar 1.1  
Struktur Organisasi *Home Industry* Roti Hidayah<sup>51</sup>



### D. Letak Geografis *Home Industry* Roti Hidayah

*Home industry* roti Hidayah berada di Hibrida Ujung yang terdapat di dalam wilayah Bengkulu Kecamatan Selebar Kelurahan Pagar Dewa Kota

<sup>51</sup>Eni Hidayati, (Wawancara Mengenai Profil *Home Industry*), 2 Oktober 2019.

Bengkulu. Sebelah Utara berbatasan dengan Kelurahan Sumur Dewa. Sebelah Timur berbatasan dengan Kelurahan Sukarami. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kelurahan Muara Dua, serta di sebelah Barat berbatasan dengan Kelurahan Gading Cempaka.

Kelurahan Pagar Dewa memiliki wilayah seluas 48 Ha/14,76 Km, dimana Kecamatan Selebar terdiri dari 6 kelurahan defenitif dengan pusat pemerintahan di Kelurahan Pagar Dewa. Dengan ketinggian topografinya datar dengan ketinggian wilayah berkisar antara 10-40 meter di atas permukaan laut.<sup>52</sup>

#### E. Aktifitas Produksi *Home Industry* Roti Hidayah

Aktifitas produksi *home industry* roti Hidayah hibrida ujung adalah bidang usaha industri rumah tangga yang memproduksi berbagai macam jenis roti yang pada umumnya menggunakan tepung terigu sebagai bahan baku utamanya. Adapun aktifitas produksi *home industry* roti Hidayah adalah sebagai berikut.<sup>53</sup>

1. Peralatan yang digunakan dalam proses produksi adalah sebagai berikut:

Tabel  
Peralatan Pada Proses Produksi

No	Peralatan	Keterangan
1	<i>Mixer</i> Kue	Alat yang digunakan untuk mengaduk adonan
2	Talenan Plastik	Alat yang digunakan untuk tempat adonan

---

<sup>52</sup>Profil Data Kelurahan Pagar Dewa

<sup>53</sup>Eni Hidayati, (Wawancara Mengenai Profil *Home Industry*), 2 Oktober 2019.

		roti
3	Mesin Pemotong Roti	Alat yang digunakan untuk memotong adonan roti
4	<i>Oven</i>	Alat yang digunakan untuk memanggang roti
5	Timbangan	Alat yang digunakan untuk menimbang bahan
6	Baskom Plastik	Alat yang digunakan untuk mencampur adonan atau bahan-bahan dari roti
7	Mesin Pembagi Roti	Alat yang digunakan untuk membagi roti atau memisahkan roti
8	Loyang Roti	Alat yang digunakan untuk tempat roti pada saat dimasukkan ke dalam <i>oven</i>
9	Sendok Makan	Alat yang digunakan untuk menakar bahan-bahan pembuatan roti
10	Label/Merek	Alat yang digunakan untuk pemberian merek pada roti

*Sumber: Home Industry Roti Hidayah*

2. Tahapan-tahapan dalam pembuatan roti adalah sebagai berikut:

- a. Penimbangan bahan, timbang bahan dengan teliti dan tepat. Hindari menakar bahan menggunakan sendok atau gelas. Pastikan kandungan air dalam adonan tidak kurang atau kelebihan sehingga roti tidak bantat atau lembek.

- b. Pengadukan, sebelum air dan mentega dimasukkan sebaiknya seluruh bahan kering di aduk terlebih dahulu selama 5 menit supaya air dapat dimasukkan secara optimal.
- c. Penimbangan adonan, bagi adonan sesuai berat yang diinginkan menggunakan timbangan yang besar.
- d. Pembulatan, usahakan supaya terbentuk lapisan keras di permukaan adonan supaya dapat menghasilkan bentuk yang bagus.
- e. Pembentukan adonan, bentuk roti sesuai keinginan. Untuk roti manis dapat di isi dengan aneka isian namun hindari penggunaan minyak dan air terlalu banyak supaya roti tidak terbuka.
- f. Pencetakan, untuk adonan roti yang telah melalui proses pembentukan langsung diletakkan di atas loyang.
- g. Pembakaran, pastikan suhu *oven* sesuai dengan jenis roti yang di bakar.
- h. Mengeluarkan roti dari *oven*, roti dikeluarkan dari panggangan secara hati-hati karena roti masih dalam keadaan lembut dan empuk.
- i. Pendinginan, dinginkan roti di suhu ruangan sekitar 45-90 menit dan letakkan roti pada rak pendingin supaya panas roti dapat menyebar ke segala arah.
- j. *Packing*, tahapan terakhir dari pembuatan roti adalah pengemasan atau pembungkusan pada setiap roti.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Mekanisme Penjualan Produk Tanpa Tanggal Kadaluwarsa Pada *Home Industry Roti Hidayah*

Mekanisme merupakan tata cara yang disusun sedemikian rupa sehingga tidak menimbulkan benturan dalam pelaksanaannya. Sedangkan penjualan dapat didefinisikan sebagai program yang terdiri atas berbagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang atau produk dari perusahaan kepada konsumen. Dengan adanya penjualan maka dapat menciptakan suatu proses pertukaran barang atau produk antara penjual dan pembeli.

Berdasarkan hasil penelitian selama di lapangan, maka penulis akan menjabarkan beberapa hasil penelitian tersebut untuk menjawab permasalahan yang diambil, hasil penelitian tersebut sebagai berikut.

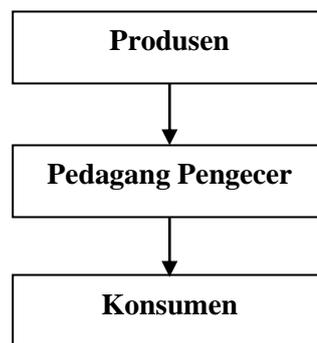
##### a. Pemasaran

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Eni, pemasaran merupakan suatu hal yang penting dalam sebuah kegiatan usaha. Semua kegiatan yang bertujuan pemasaran yang dilakukan oleh *home industry* roti Hidayah ini untuk menciptakan suatu produk yang dapat diterima oleh konsumen ataupun masyarakat dengan baik dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen.<sup>54</sup>

---

<sup>54</sup>Eni Hidayati, Wawancara, Tanggal 10 Oktober 2019

Mekanisme penjualan produk tanpa tanggal kadaluwarsa yang dilakukan oleh pemilik *home industry* yakni dengan cara jual beli tidak langsung atau melalui perantara dengan cara menitipkan roti di warung-warung yang telah melakukan kesepakatan dengan pemilik *home industry* roti Hidayah. Seperti terlihat pada gambar di bawah ini.<sup>55</sup>



Gambar 1.2 Saluran Pemasaran *Home Industry* Roti Hidayah

Dapat dilihat pada gambar di atas menunjukkan bahwa *home industry* roti Hidayah akan memasarkan produknya ke pedagang pengecer terlebih dahulu dalam hal ini yang termasuk dalam pedagang pengecer yakni warung dan toko manisan yang akan menjual kembali produk roti yang produsen titipkan dan kemudian dijual ke konsumen akhir atau pembeli yang akan mengkonsumsi roti untuk tujuan memenuhi keperluan pribadi dan tidak untuk diperdagangkan kembali.

#### 1) Produk

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Sukarmo, *home industry* ini memproduksi beberapa jenis roti diantaranya roti

---

<sup>55</sup>Eni Hidayati, Wawancara, Tanggal 10 Oktober 2019

manis, roti santapan dan roti tawar. Dan juga *home industry* roti Hidayah telah menambah varian rasa roti yang baru.

Bapak Sukarmo mengatakan bahwa: “Ada beberapa jenis roti yang dipasarkan yakni roti tawar, roti santapan dan roti manis. Adapun untuk varian rasa roti manis yaitu ada rasa coklat, kelapa dan stroberi.”<sup>56</sup>

Dan dalam menentukan produk roti yang akan dipasarkan Bapak Sukarmo memaparkan bahwa:

“Disini saya mengutamakan kualitas produk yang saya pasarkan, seperti saya selalu melakukan pengecekan terhadap bahan baku pembuatan roti yang digunakan dalam membuat adonan sebelum dicampurkan, melakukan tester dengan hasil roti yang sudah dibuat dan memastikan konsumen mendapat roti yang layak untuk di konsumsi.”<sup>57</sup>

Selanjutnya, dalam sebuah produk (roti) terdapat kemasan atau bungkus pelindung produk tersebut. Dari kemasan ini dapat diketahui informasi mengenai produk (roti) yang dijual, dengan demikian produk dapat dipasarkan. Maka sangatlah penting untuk membahas cara pengemasan yang dilakukan oleh *home industry* roti Hidayah. Pengemasan merupakan sistem yang terkoordinasi untuk menyiapkan barang menjadi siap untuk didistribusikan, disimpan, dijual dan dipakai. Adanya wadah atau pembungkus dapat membantu mencegah atau mengurangi kerusakan dan melindungi dari bahaya pencemaran.<sup>58</sup>

---

<sup>56</sup>Sukarmo, Wawancara, Tanggal 18 Oktober 2019

<sup>57</sup>Sukarmo, Wawancara, Tanggal 18 Oktober 2019

<sup>58</sup>Eni Hidayati, Wawancara, Tanggal 10 Oktober 2019

Dari segi promosi, wadah atau pembungkus berfungsi sebagai perangsang atau daya tarik pembeli. Karena itu bentuk, warna dan dekorasi dari kemasan perlu diperhatikan dalam perencanaannya. Di bawah ini sekilas pemaparkan Bapak Sukarmo mengenai cara pengemasan yang selalu dilakukan oleh *home industry* roti Hidayah.

Bapak Sukarmo mengatakan bahwa: “Kami memiliki cara pengemasan sendiri. Yakni dengan cara sablon plastik manual, langkah yang pertama yaitu membuat pola gambar yang akan dicetak dengan menggunakan corel draw yang nantinya menjadi gambar yang nempel di plastik. Langkah selanjutnya, mengeringkan kertas yang sudah di print dan jika sudah benar-benar kering maka sudah siap di sablon di atas plastik kemasan roti. Dan untuk informasi yang tercantum dalam setiap kemasan berupa merek roti, komposisi, alamat dan varian rasa.”<sup>59</sup>

## 2) Harga

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Eni, dalam menentukan suatu harga pada setiap roti Hidayah hanya dilakukan oleh pemilik usaha itu sendiri dan lebih rincinya diuraikan sebagai berikut:

Ibu Eni mengatakan bahwa: “Penetapan harga yang saya lakukan biasanya berdasarkan pada ukuran roti. Jika roti yang berukuran kecil seperti rasa coklat, kelapa dan stroberi biasanya saya jual dengan harga Rp 1.000,- dan untuk roti tawar biasanya saya jual dengan harga Rp 12.000,- dan roti santapan yang berukuran besar saya jual dengan harga Rp 7.000,-. Harga itu sudah ditentukan oleh saya atas kesepakatan dengan bapak Sukarmo.”<sup>60</sup>

Dapat dijabarkan bahwa, produk roti yang ditawarkan oleh *home industry* roti Hidayah telah menjual dengan harga yang wajar

---

<sup>59</sup>Sukarmo, Wawancara, Tanggal 18 Oktober 2019

<sup>60</sup>Eni Hidayati, Wawancara, Tanggal 22 Oktober 2019

sesuai dengan roti-roti pada umumnya. Dalam penetapan harga yang dilakukan oleh *home industry* roti Hidayah ini, harga yang terbentuk merupakan harga yang disesuaikan dengan kualitas produknya, sehingga harga tersebut memberikan kepuasan pada konsumen.

### 3) Tempat/Distribusi

Berdasarkan hasil wawancara dengan Dicky, *home industry* roti Hidayah mempunyai beberapa tempat atau wilayah pemasaran yang di jangkau oleh usaha ini, yaitu Kota Bengkulu, Manna, Tais, Kepahyang dan Curup.

Dicky mengatakan bahwa: “Pengiriman yang kami lakukan menjangkau ke daerah yang cukup jauh yakni ke curup, kepahiang, tais, manna, kota bengkulu dan sekitar Bengkulu Selatan. Dengan wilayah yang cukup jauh itu maka kami menggunakan alat transportasi yang cepat dan aman yakni dengan menggunakan dua unit mobil.”<sup>61</sup>

### 4) Promosi

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Sukarmo yang dilakukan penulis terkait dengan promosi yang dilakukan oleh *home industry* roti Hidayah yakni melalui promosi dari mulut ke mulut.

Untuk lebih rincinya diuraikan sebagai berikut:

Bapak Sukarmo mengatakan bahwa: “Saya selaku pemilik usaha selalu memasarkan dengan cara promosi dari mulut ke mulut dan dari warung ke warung. Dan cara tersebut cukup efektif dalam menjalankan usaha *home industry* roti Hidayah ini.”<sup>62</sup>

---

<sup>61</sup>Dicky, Wawancara, Tanggal 14 Oktober 2019

<sup>62</sup>Sukarmo, Wawancara, Tanggal 18 Oktober 2019

b. Produksi

Produksi merupakan suatu kegiatan yang dikerjakan untuk menambah nilai guna suatu benda atau menciptakan benda baru sehingga lebih bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan. Dan dikatakan juga sebagai suatu kegiatan yang menambah daya guna suatu benda dengan mengubah sifat dan bentuknya. Produksi bertujuan untuk memenuhi kebutuhan manusia untuk mencapai kemakmuran.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Eni yang dilakukan penulis terkait dengan produksi yang dilakukan oleh *home industry* roti Hidayah, di dalam kegiatan produksi pemilik usaha sudah menentukan sebanyak 50 Kg bahan baku dalam satu kali memproduksi untuk semuanya jenis roti dan roti-roti tersebut dapat langsung pasarkan ke warung-warung.

Ibu Eni mengatakan bahwa: “Dalam satu kali produksi kami mampu membuat sebanyak 50 Kg bahan baku utama untuk semua jenis roti yang kami pasarkan dan semuanya bisa langsung dipasarkan ke warung-warung.”<sup>63</sup>

c. Pendistribusian

Pendistribusian berasal dari kata distribusi. Distribusi dapat dikatakan sebagai proses, kegiatan yang berupa pemindahan barang dari pabrik perusahaan menuju tangan konsumen atau pengguna. Sedangkan pendistribusian merupakan kegiatan pemasaran yang berusaha

---

<sup>63</sup>Eni Hidayati, Wawancara, Tanggal 22 Oktober 2019

memperlancar serta mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan.

Dalam hal pendistribusian, *home industry* roti Hidayah dapat melakukannya dalam jangka waktu satu hari dengan perencanaan yang telah disiapkan sebelumnya.

Andre mengatakan bahwa: “Untuk waktu yang dibutuhkan dalam mengirim produk ini ke warung-warung ialah satu hari. Dan dalam waktu satu hari itu semua produk harus sudah berada di warung untuk memenuhi permintaan konsumen.”<sup>64</sup>

Produk roti yang dipasarkan oleh *home industry* roti Hidayah dilakukan dengan empat kali pengiriman dalam jangka waktu satu minggu.

Andre memaparkan bahwa: “Dalam satu minggu kami melakukan empat kali pengiriman. Hal ini bertujuan untuk memaksimalkan waktu simpan dan waktu penarikan produk roti agar pada tanggal kadaluwarsanya roti tidak sampai ke tangan konsumen.”<sup>65</sup>

Selanjutnya Ibu Eni memaparkan bahwa:

“Setelah pengiriman selesai, roti yang sudah ada di warung-warung memiliki ketahanan masa konsumsi selama tujuh hari ke depan. Akan tetapi jika ada roti yang tidak terjual dalam kurun waktu satu minggu maka kami akan mengambil kembali roti tersebut.”<sup>66</sup>

---

<sup>64</sup>Andre, Wawancara, Tanggal 14 Oktober 2019

<sup>65</sup>Andre, Wawancara, Tanggal 14 Oktober 2019

<sup>66</sup>Eni Hidayati, Wawancara, Tanggal 27 Oktober 2019

Dilihat dalam hal penjualan Ibu Eni menjelaskan bahwa:

“Iya, saya hanya membatasi pada warung-warung kecil saja karena lebih mudah dalam urusan membuat perjanjian atau kesepakatan. Untuk perjanjian yang saya lakukan dengan pihak warung yakni dengan membayar sebesar Rp25.000,- untuk roti sekian buah setiap kali penitipan.”<sup>67</sup>

Dalam hal pemasaran selalu dilakukan suatu evaluasi agar pelaku usaha mengetahui sejauh mana tingkat keberhasilan yang telah di capai oleh pemilik usaha. Di bawah ini pemilik usaha akan memaparkan apakah ada sistem evaluasi yang diterapkan pada usahanya.

Ibu Eni mengatakan bahwa: “Iya, ada. Akan tetapi tidak selalu melakukan evaluasi dengan kata lain kami hanya melakukan evaluasi jika ada konsumen yang komplain misalnya mengenai tekstur roti dan pendistribusian roti. Dan evaluasi yang kami lakukan yakni dengan cara memeriksa kembali takaran bahan baku yang digunakan dalam pembuatan roti.”<sup>68</sup>

## **B. Perspektif Ekonomi Islam Terhadap Mekanisme Penjualan Produk Tanpa Tanggal Kadaluwarsa**

Islam sebagai risalah samawi yang universal, datang untuk menangani kehidupan manusia dalam berbagai aspek, baik dalam aspek spiritual, maupun aspek material. Artinya, Islam tidak hanya akidah tetapi juga mencakup sistem politik, sosial, budaya dan perekonomian yang ditujukan untuk seluruh manusia. Sebagai agama yang sempurna, Islam dilengkapi dengan sistem dan konsep ekonomi. Sistem ini dapat dipakai sebagai panduan bagi manusia dalam melakukan kegiatan ekonomi.

Ajaran Islam tentang perekonomian, akan senantiasa menarik untuk dibahas. Dalam kehidupan sehari-hari, ekonomi merupakan roda kehidupan

---

<sup>67</sup> Eni Hidayati, Wawancara, Tanggal 27 Oktober 2019

<sup>68</sup> Eni Hidayati, Wawancara, Tanggal 27 Oktober 2019

sebagai wadah untuk memenuhi kebutuhan materiil manusia, baik dalam kehidupan individu, maupun sosial. Islam menuntut umatnya untuk menganut dan mengamalkan ajaran Islam secara menyeluruh dalam seluruh aspek kehidupan. Sebagai seorang muslim yang taat beribadah, tentunya berbagai kegiatan bisnis atau usahanya dilandasi oleh transaksi keuangan Islami.

Yang dimaksud dengan ekonomi Islam menurut Abdul Mun'in al-Jamal adalah kumpulan dasar-dasar umum tentang ekonomi yang digali dari Al-Qur'an dan as-Sunnah. Hampir senada dengan definisi ini, Muhammad Abdul Manan berpendapat, *Islamic Economics is a social sciens with studies the economic problems of a people imbued with the values of Islami*. Ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam. Hasanuzzaman, mendefinisikan ekonomi Islam adalah pengetahuan dan aplikasi dari ajaran dan aturan syariah yang mencegah ketidakadilan dalam memperoleh sumber-sumber daya material memenuhi kebutuhan manusia yang memungkinkan untuk melaksanakan kewajiban kepada Allah dan masyarakat.

Jadi, ekonomi Islam merupakan ilmu ekonomi yang diturunkan dari ajaran Al-Qur'an dan Sunnah. Ekonomi Islam adalah ilmu yang mempelajari usaha manusia untuk mengalokasikan dan mengelola sumber daya untuk mencapai falah berdasarkan pada prinsip-prinsip dan nilai-nilai Al-Qur'an dan Sunnah.

Selain itu, ekonomi dalam kacamata Islam merupakan tuntutan kehidupan sekaligus anjuran yang memiliki dimensi ibadah yang teraplikasi

dalam etika dan moral syariah Islam. Dalam pemasaran Islam ada beberapa poin khusus yang tidak bisa kita temukan didalam ekonomi konvensional, yaitu tidak berlaku curang, harus berlaku adil terhadap konsumen atau competitor, tidak boleh saling menzholimi,

Pada pemasaran Islam tadelis tidak boleh dilakukan atau sangatlah dilarang, seperti penipuan menyangkut kuantitas, kualitas, harga dan waktu penyerahan barang.

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ  
تَكُونَ تِجْرَةً 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)

Dalam Q.S. An-Nisa: 29 dijelaskan bahwa kita tidak boleh saling memakan harta sesama kita di jalan yang batil kecuali jalan perniagaan, dalam ayat ini kita diingatkan agar selalu berperilaku yang jujur serta adil dalam melakukan perniagaan, tidak boleh melakukan hal-hal yang dilarang dan yang mendatangkan kemudhoratan.

Perniagaan atau penjualan dapat didefinisikan sebagai program yang terdiri atas berbagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang atau produk dari perusahaan kepada konsumen. Sehingga penggunaanya sesuai yang diperlukan. Penjualan juga merupakan salah satu kegiatan pemasaran. Karena dengan adanya penjualan

dapat menciptakan suatu proses pertukaran barang atau jasa antara penjual dan pembeli.

Dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi yang telah dilakukan oleh penulis kepada pemilik usaha, maka selanjutnya penulis melakukan analisis terhadap hasil penelitian mekanisme penjualan produk tanpa tanggal kadaluwarsa pada *home industry* roti Hidayah ditinjau dari prinsip-prinsip pemasaran dalam Islam yang meliputi: berlaku adil, tanggap terhadap perubahan, berbuat yang terbaik dari sisi produk dan harga, rela sama rela dan adanya hak khiyar pada pembeli (hak pembatalan terhadap transaksi), tidak curang dan berorientasi pada kualitas.

#### 1. Berlaku adil

Berlaku adil adalah hal yang harus dimiliki seorang pengusaha dalam memasarkan barang atau produknya. Jika seorang pemimpin tidak mampu menciptakan keadilan dalam sebuah bisnis dan untuk sukses dunia akhirat menurut Islam seorang pemimpin harus mampu bertindak secara adil dan bijaksana.

Dalam Islam berlaku adil sangatlah dianjurkan bahkan ada beberapa ayat Al-Qur'an yang menjelaskan mengenai adil. Salah satunya dalam surat An-Nahl: 90 dan Al-Hujurat: 9.

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ  
عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ ۚ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴾



Artinya: “*Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, member bantuan kepada kerabat, dan Dia melarang (melakukan) perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.*” (Qs. An-Nahl: 90)

... وَأَقْسَطُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُقْسِطِينَ

Artinya: “... dan berlakulah adil. Sungguh, Allah mencintai orang-orang yang berlaku adil.” (Qs. Al-Hujurat: 9)

Dengan berlaku adil tentunya membawa ketenangan batin bagi penjual dan kepuasan bagi pembeli. Secara tidak langsung pemasaran yang adil akan memberikan pengaruh positif bagi penjual, karena pembeli yang mendapatkan kepuasan tentunya akan membeli barang tersebut atau bahkan barang lainnya dari penjual (loyalitas).

Dari hasil observasi dan wawancara penulis dengan pemilik *home industry* roti Hidayah di Hibrida Ujung Kota Bengkulu, maka dapat penulis paparkan bahwa: pemilik usaha selalu bersikap adil terhadap pedagang pengecer (warung) terlihat dari setiap perjanjian yang dibuat oleh pemilik usaha dengan pihak warung yang menyamakan semua harga biaya penitipan tidak dikurang atau ditambah. Namun, pemilik usaha belum berlaku adil kepada pembeli dikarenakan produk yang dipasarkan tidak mencantumkan informasi yang jelas mengenai produk roti tersebut padahal pembeli atau konsumen berhak mendapat informasi tersebut.

## 2. Tanggap terhadap perubahan

Pandai dalam melakukan perubahan adalah tindakan yang harus dilakukan oleh seorang pebisnis. Bahkan dalam suatu aturan ekonomi syariah hal ini harus dimiliki oleh seorang pebisnis muslim. Seorang pebisnis harus mampu menanggapi adanya suatu perubahan zaman, sehingga mereka dapat mengikuti perkembangan pasar bisnis tanpa melanggar aturan yang sudah ditetapkan.

Dari hasil wawancara penulis dengan pemilik *home industry* roti Hidayah di Hibrida Ujung Kota Bengkulu, maka dapat penulis uraikan bahwa: pemilik usaha roti Hidayah telah melakukan perubahan dalam hal kemasan yang semula hanya dengan plastik saja namun sekarang plastik tersebut terdapat tulisan yang berisi informasi mengenai produk roti dan penambahan varian rasa menjadi tiga varian rasa yang diantaranya coklat, stroberi dan kelapa dengan mengikuti selera konsumen yang terus bertambah.

### 3. Berbuat yang terbaik dari sisi produk dan harga

Pada konsep pemasaran Islami, tidak diperbolehkan menjual barang yang jelek dengan harga yang tinggi. Hal ini dikarenakan pemasaran Islami merupakan pemasaran yang *fair* dimana harga sesuai dengan produk/barang.

Dari hasil wawancara penulis dengan pemilik *home industry* roti Hidayah di Hibrida Ujung Kota Bengkulu, maka dapat penulis deskripsikan bahwa: dalam menentukan harga pemilik usaha roti

Hidayah telah sesuai dengan bahan baku yang digunakan dalam pembuatan roti terlihat dari roti yang dihasilkan. Namun, *home industry* roti Hidayah belum berbuat yang terbaik dari sisi produk disebabkan dalam satu produk roti terdapat kemasan yang memuat label dari roti tersebut. Dalam pemberian label *home industry* roti Hidayah tidak mencantumkan label halal dan tanggal kadaluwarsa terhadap produk usahanya.

Dengan memberikan label halal dan tanggal kadaluwarsa tidak hanya menguntungkan bagi konsumen tetapi juga produsen dan dengan adanya label halal dan tanggal kadaluwarsa maka akan dapat meningkatkan penjualan. Adanya label halal dan tanggal kadaluwarsa pada suatu produk akan memberikan kepercayaan terhadap para konsumen serta adanya label halal dan tanggal kadaluwarsa yang dimiliki, konsumen juga akan lebih merasa aman dalam mengonsumsi produk yang dibeli oleh konsumen. Oleh karena itu, pemberian label halal dan tanggal kadaluwarsa pada suatu produk sangat penting karena di Indonesia mayoritas berasal dari kalangan muslim yang sebelum memproduksi barang atau produk cenderung memperhatikan label halal dan tanggal kadaluwarsa pada produk yang dikonsumsi.

4. Rela sama rela dan adanya hak *khiyar* pada pembeli (hak pembatalan terhadap transaksi)

Dalam membangun sebuah bisnis, memasarkan suatu barang menjadi hal yang utama. Membangun hubungan dengan pelanggan adalah hal yang harus dilakukan oleh pebisnis, dan di dalam Islam sudah diajarkan bahwa pembeli adalah raja. Oleh sebab itu, seorang pebisnis harus mampu memasarkan dan memberikan tanggapan kepada pelanggan dengan cara yang baik dan benar.

Pada prinsip ini, penjual yang mendapatkan pelanggan haruslah memelihara hubungan yang baik dengan mereka. Dan pastikan pelanggan puas terhadap pelayanan yang diberikan, sehingga pelanggan menjadi lebih royal. Dengan arti lain *keep the customer*, namun *keep the customer* saja tidaklah cukup, perlu pula *grow the customer* yaitu value yang diberikan kepada pelanggan perlu ditingkatkan sehingga dengan bertambahnya pelayanan, pelanggan juga akan mengikuti pertumbuhan tersebut.

Dari hasil wawancara penulis dengan pemilik *home industry* roti Hidayah di Hibrida Ujung Kota Bengkulu, maka dapat penulis jabarkan bahwa: pelayanan yang diberikan oleh pemilik usaha telah sesuai dengan prinsip ini dapat dilihat dari percakapan pemilik usaha dengan pedagang pengecer maupun kepada konsumen yang melayani dengan senyuman dan ramah.

##### 5. Tidak curang

Sebagai umat muslim kita diajarkan untuk jujur atau tidak curang dalam memberikan keterangan suatu barang, baik dari kualitas dan kuantitasnya. Hal ini harus diperhatikan agar tidak terjebak dalam kesalahan jual beli terlarang dalam Islam yang akan membuat usaha itu menjadi bangkrut. Oleh sebab itu, berikan harga yang sesuai dengan kualitas dan kuantitasnya.

Seorang pebisnis wajib berlaku jujur dalam menjalankan usahanya. Jujur dalam pengertian yang lebih luas yaitu tidak berbohong, tidak menipu, tidak berkhianat serta tidak pernah ingkar janji dan lain sebagainya. Tindakan tidak jujur selain merupakan perbuatan yang jelas berdosa, jika biasa dilakukan dalam melakukan bisnis juga akan membawa pengaruh negatif kepada kehidupan pribadi dan keluarga pebisnis itu sendiri.

Berlaku jujur dalam menjalankan bisnis sudah jelas dipraktikkan oleh Nabi Muhammad SAW ketika beliau berdagang. Ia melakukan pekerjaannya tersebut dengan penuh kejujuran dan keadilan, beliau juga tidak memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk mengeluh. Adapun kejujuran merupakan sifat terpuji yang harus melekat dalam kepribadian seorang muslim. Fenomena kehidupan saat ini secara nasional memperlihatkan kejujuran semakin dijauhi masyarakat. Dalam kaitannya dengan kegiatan ekonomi, pemerintah mempertahankan nilai-nilai kejujuran ditegaskan Allah dalam surah Al-Muthafifin ayat 1-3 yaitu:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾  
وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾

Artinya: “Celakalah bagi orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang). (Yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dicukupkan. Dan apabila mereka menakar atau menimbang (untuk orang lain) mereka mengurangi.” (Qs. Al-Muthafifin(83): 1-3)

Perintah bersikap jujur dalam menjalankan aktivitas ekonomi tentu saja mengandung kemaslahatan dan hikmah, yaitu menghindari seseorang memakan harta orang lain, memberikan keberkahan hidup dan usaha yang dijalankan, serta menciptakan kenyamanan bagi masyarakat secara umum.

Dari hasil observasi dan wawancara penulis dengan pemilik *home industry* roti Hidayah di Hibrida Ujung Kota Bengkulu, maka dapat penulis paparkan bahwa: pemilik usaha telah menerapkan prinsip jujur atau tidak berlaku curang dalam menjalankan usahanya terlihat dalam komposisi yang tercantum dalam kemasan produk roti yang mencantumkan bahan baku dalam pembuatan roti serta pemilik usaha tidak mengurangi takaran atau timbangan dalam setiap produk yang dijual oleh *home industry* roti Hidayah.

#### 6. Berorientasi pada kualitas

Sebagai produsen harus bisa memberikan yang terbaik pada pelanggan. Salah satu cara yang bisa dilakukan demi menjaga hubungan

dengan pelanggan, yakni dengan menjaga kualitas dari barang/produk tersebut. Dan sebagai seorang pemasar yang baik, tentu harus memberikan spesifikasi barang yang sesuai dengan kualitasnya. Oleh sebab itu, menjaga kualitas barang harus dilakukan dalam bisnis. Tugas seorang marketer adalah selalu meningkatkan CQD agar tidak kehilangan pelanggan. CQD yang dimaksud adalah *cost*, *quality* dan *delivery*.

Dari hasil wawancara penulis dengan pemilik *home industry* roti Hidayah di Hibrida Ujung Kota Bengkulu, maka dapat penulis uraikan bahwa: roti yang diproduksi oleh *home industry* roti Hidayah sangat mementingkan kualitas produk mereka dapat dilihat dalam setiap produksi pemilik usaha selalu melakukan pengecekan roti sebelum dipasarkan. Hal ini sejalan dengan pemasaran dalam ekonomi Islam, karena dalam Islam tidak hanya keuntungan semata dicari tetapi juga masalah untuk umat atau disini untuk konsumen.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian lapangan dan pembahasan yang dilakukan terkait mekanisme penjualan produk tanpa tanggal kadaluwarsa pada *home industry* roti Hidayah dalam perspektif ekonomi Islam, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Praktek penjualan produk tanpa tanggal kadaluwarsa yang dilakukan oleh pemilik *home industry* roti Hidayah Di Hibrida Ujung Kelurahan Pagar Dewa Kecamatan Selebar Kota Bengkulu yakni dengan cara penjualan tidak langsung atau melalui perantara dengan cara menitipkan roti di warung-warung.
2. Praktek penjualan produk tanpa tanggal kadaluwarsa pada *home industry* roti Hidayah ditinjau dari prinsip-prinsip pemasaran dalam Islam, diantaranya: (1) pemilik usaha selalu bersikap adil terhadap pihak warung. Namun, pemilik usaha belum berlaku adil kepada pembeli dikarenakan produk yang dipasarkan tidak mencantumkan informasi yang jelas (2) pemilik usaha roti Hidayah telah melakukan perubahan dalam hal kemasan. (3) dalam menentukan harga pemilik usaha roti Hidayah telah sesuai dengan bahan baku yang digunakan dalam pembuatan roti terlihat dari roti yang dihasilkan. Namun, *home industry* roti Hidayah belum berbuat yang terbaik dari sisi produk karena dalam pemberian label *home industry* roti Hidayah tidak mencantumkan label

halal dan tanggal kadaluwarsa terhadap produk usahanya. (4) pelayanan yang diberikan oleh pemilik usaha telah sesuai dengan prinsip rela sama rela dapat dilihat dari percakapan pemilik usaha dengan pedagang pengecer maupun kepada konsumen yang melayani dengan senyuman dan ramah. (5) pemilik usaha telah menerapkan prinsip jujur atau tidak berlaku curang dalam menjalankan usahanya terlihat dalam komposisi, (6) roti yang diproduksi oleh *home industry* roti Hidayah sangat mementingkan kualitas produk mereka dapat dilihat dalam setiap produksi pemilik usaha selalu melakukan pengecekan roti sebelum dipasarkan.

## **B. Saran**

Suatu penelitian akan memiliki arti jika dapat memberikan kontribusi atau manfaat bagi pembaca maupun penelitian berikutnya. Saran yang dapat penulis berikan dalam penelitian ini antara lain:

1. Diharapkan kepada pemilik usaha *home industry* roti Hidayah agar segera melakukan pengurusan sertifikat halal dan mencantumkan tanggal kadaluwarsa terhadap produk usahanya dan sebaiknya *home industry* roti Hidayah mengupayakan pencantuman label halal serta tanggal kadaluwarsa pada kemasan agar dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk *home industry* roti Hidayah dalam melindungi kepentingan konsumen muslim dalam mengonsumsi produk dari *home industry* roti Hidayah.

2. Bagi masyarakat sebagai konsumen yang memiliki hak sepenuhnya, sebaiknya lebih cermat dan lebih teliti dalam mengkonsumsi makanan atau kebutuhan sehari-hari.
3. Dan terkhusus bagi adik-adik mahasiswa/mahasiswi FEBI IAIN Bengkulu besar harapan penulis untuk dapat menyalurkan semangat penelitian studi pemasaran syariah, dan penulis menyadari terdapat banyak kekurangan dalam penyajian skripsi ini secara utuh. Untuk diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk dapat melengkapi kekurangan yang ada.

## DAFTAR PUSTAKA

- Departemen, RI. *Al-Qur'an dan Terjemah*. Solo: Abyan, 2014.
- Anoraga, Pandji. *Manajemen Bisnis*. Jakarta : Rineka Cipta. 2009.
- Ali, Mansyur M. *Penegakan Hukum Tentang Tanggung Gugat Produsen, Dalam Perwujudan Perlindungan Konsumen*. Jogjakarta: Genta Press. 2007.
- Atom, Pricilla Natalia. “*Perlindungan Terhadap Konsumen Bahan Makanan dan Minuman Kadaluwarsa Di Kabupaten Manggarai Provinsi Nusa Tenggara Timur*”. Jurnal Ilmiah Universitas Atma Jaya: Yogyakarta. 2014.
- Azzam, Abdul Aziz Muhammad. *Fiqh Muamalat Sistem Transaksi Dalam Islam*. Jakarta: Amzah. 2017.
- Bertens, K. *Pengantar Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Kanisius, 2000.
- Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Prenada Media Group. 2011.
- Cholid Narbuko dan Acmad. *Metode Penelitian*. Jakarta: PT Bumi Aksara. 2009.
- Departemen Pendidikan Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka. 2008.
- Diana, Ilfi Nur. *Hadis-Hadis Ekonomi*. Malang: UIN Maliki Press. 2011.
- Fadila, Siti. “*Analisis Peran Home Industry Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam Studi pada Home Industry Kelanting di Desa Waringinsari Barat Kecamatan Sukoharjo*”. Skripsi Institut Agama Islam Negeri Raden Intan : Lampung.
- Faisal, Sanapiah. *Format-Format Penelitian Sosial, Dasar-Dasar Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo. 2005.
- Fauzia, Ika Yunia. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Fajar Interpretama Mandiri. 2013.
- Gymnasiar, Abdullah dan Hermawan Kertajaya. *Berbisnis Dengan Hati*. Jakarta: Mark Plus. 2004.
- Hakim, Lukman. *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*. Jakarta: Erlangga. 2012.

- Huda, Qomarul. *Fiqh Muamalah*. Yogyakarta: Teras. 2011.
- Idri. *Hadis Ekonomi (Ekonomi dalam Perspektif Nabi)*. Jakarta: Prenadamedia Group. 2015.
- Iskandar. *Metodologi Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif)*. Jakarta: Gaung Persada Press. 2009.
- Ja'far, Khumedi. *Jual Beli Produk Makanan Kadaluwarsa Dalam Perspektif Hukum Islam*. Lampung: LP2M. 2016.
- Kartajaya, Herman. *Marketing Mix*. Bandung: PT Mirzan Pustaka. 2006.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. 2008.
- Mardani. *Ayat-Ayat dan Hadis Ekonomi Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers. 2017.
- Minanda, Mey. “*Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Pangan Industri Rumah Tangga Tanpa Tanggal Kadaluwarsa Berdasarkan Hukum Islam dan Hukum Positif*”. Skripsi Universitas Sunan Kalijaga: Yogyakarta. 2016.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta Selatan: Selemba Humanika. 2012.
- Nurhalis. *Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Islam Dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1991*, Jurnal IUS, Vol III No. 9 (Desember, 2015).
- Oktiviena. *Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Pers. 2015.
- Pieris, John dan Wiwik Sriwidiarty. *Negara Hukum dan Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Pangan Kadaluwarsa*. Jakarta: Sinar Grafika. 2007.
- Rianto, M. “*Perlindungan Konsumen Terhadap Produk Perbankan Syariah Dalam Perspektif Ekonomi Islam Studi Pada Bank Mandiri Syariah Cabang Pringsewu*”. Skripsi Institut Agama Islam Negeri Raden Intan: Lampung. 2016.
- Sakti, Muthia. “*Perlindungan Konsumen Terhadap Beredarnya Makanan Yang Tidak Bersertifikat Halal*”. Jurnal Ilmiah UPN “Veteran” : Jakarta. 2015.
- Stanton, William J. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. 2001.
- Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Rajawali Pers. 2014.

- Sunyoto, Danang Dan Wika Harisa Putri. *Hukum Bisnis*. Yogyakarta: Pustaka Yustisia. 2016.
- Sunyoto, Danang. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Erlangga. 2012.
- Suprayogo, Imam. *Metodologi Penelitian Sosial-Agama*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2003.
- Syafei, Rachmat. *Fiqh Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia. 2011.
- Tanjung, Hendri dan Abrista Devi. *Metodelogi Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta: Grama Publishing. 2010.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi. 2017.
- Undang-Undang No. 20, tahun 2008 Tentang Industri Kecil.
- Yusuf, Muri. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif Dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana, 2017.