



LAPORAN PENELITIAN

**PERLINDUNGAN KONSUMEN DITINJAU DARI
HUKUM ISLAM DAN UNDANG-UNDANG
NOMOR 8 TAHUN 1999**

O
L
E
H

SUHATRIZAL, SH



**UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2006**

elitian
06

2006

LAPORAN PENELITIAN

**PERLINDUNGAN KONSUMEN DITINJAU DARI
HUKUM ISLAM DAN UNDANG-UNDANG
NOMOR 8 TAHUN 1999**

O
L
E
H

SUHATRIZAL, SH



**UNIVERSITAS MEDAN AREA
M E D A N
2 0 0 6**

LAPORAN HASIL PENELITIAN

1. a. Judul Penelitian : Perlindungan Konsumen Dirinjau Dari Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999
b. Macam Penelitian : () Dasar () Terapan
() Pengembangan

2. Peneliti :
a. Nama Lengkap dengan gelar : Suhatrizal, SH. MH
b. Jenis Kelamin : Laki-laki
c. Pangkat/Golongan : Lektor
d. Fakultas : Hukum Universitas Medan Area
e. Univ./Inst./Akademi : Universitas Medan Area
f. Bidang Ilmu yang diteliti : Ilmu Hukum

3. Jumlah Peneliti : 1 (satu) orang

4. Lokasi Penelitian : Medan

5. Jangka Waktu Penelitian : 3 (tiga) bulan

6. Biaya diperlukan : Rp. 4.500.000,-
(empat juta lima ratus ribu rupiah)



Mengetahui :
Dekan Fakultas Hukum

Syafaruddin, SH. M.Hum
Syafaruddin, SH. M.Hum

Medan, 2006

Peneliti,

Suhatrizal, SH. MH
Suhatrizal, SH. MH



Mengetahui :
Ketua Lembaga Penelitian,

Ir. Roeswandy
Ir. Roeswandy

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan Karya Ilmiah ini dengan judul **PERLINDUNGAN KONSUMEN DITINJAU DARI HUKUM ISLAM DAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999.**

Karya Ilmiah ini dapat diselesaikan berkat bantuan semua pihak dan penulis juga menyadari bahwa karya ilmiah ini masih banyak kekurangannya karena penulis sebagai manusia biasa yang tidak luput dari kesilapan-kesilapan dan kesalahan-kesalahan.

Selanjutnya penulis masih mengharapkan saran-saran dan kritikan-kritikan serta pendapat-pendapat dalam pembuatan karya ilmiah di masa yang akan datang.

Medan,
Penulis,

2006

SUHATRIZAL

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Permasalahan.....	6
C. Tujuan Pembahasan.....	7
BAB II PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM KONSEP ISLAM.....	9
A. Konsep Perlindungan Konsumen Dalam Hukum Islam.....	9
B. Prinsip dan Manfaat Perlindungan Konsumen Dalam Islam.....	15
C. Alasan Perlindungan Konsumen Dalam Islam.....	23
BAB III PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999.....	30
A. Hal-hal Yang Diatur Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999.....	30
B. Bidang-bidang Perlindungan Konsumen Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999.....	32
C. Kegunaan Perlindungan Konsumen Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2003.....	34
BAB IV PERBANDINGAN ANTARA HUKUM ISLAM DAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 MENGENAI PERLINDUNGAN KONSUMEN.....	39
A. Persamaan Konsep Perlindungan Konsumen Dalam Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999.....	39
B. Perbedaan Konsep Perlindungan Konsumen Dalam Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999.....	44
C. Solusi Perlindungan Konsumen.....	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	56
A. Kesimpulan.....	56
B. Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA.....	60

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Secara umum bagi seorang pengusaha atau pelaku usaha atau produsen, ada 3 (tiga) hal yang harus dilindunginya. Jika ketiga hal tersebut tidak ia lindunginya sama artinya baginya dengan melakukan tindakan bunuh diri. Ketiga hal yang harus dilindungi oleh seorang pengusaha atau produsen tersebut adalah *lingkungan, buruh dan konsumen*. Hakekatnya ketiga hal ini merupakan persoalan yang cukup esensial yang tidak boleh dilupakan oleh setiap pengusaha atau produsen. Ketiganya harus diperhatikan oleh seorang produsen.

Pertama *lingkungan*, sebelum membuka pabrik seorang produsen atau pengusaha harus melihat dan memperhatikan keberadaan perusahaannya terhadap lingkungan, apakah keberadaan perusahaannya tidak akan menyebabkan kerusakan lingkungan atau pencemaran lingkungan. Jika memang keberadaan perusahaan yang dikelolanya itu berpotensi untuk merusak lingkungan. Maka seorang pengusaha wajib mengatasi hal tersebut, jika ia tidak melakukannya otomatis si pengusaha tersebut adalah berperan sebagai penggali lubang besar yang siap untuk menjerumuskan perusahaannya dan dirinya sendiri ke sana dan kelak terkuburlah ia di dalamnya, serta tamatlah riwayatnya. Jadi seorang pengusaha wajib mengelola lingkungannya dengan sebaik mungkin agar tidak membahayakan dan merugikan semua pihak. Niniek Suparmi mengatakan :

Pengelolaan lingkungan hidup beraskan pelestarian kemampuan lingkungan yang serasi dan seimbang untuk menunjang pembangunan yang berkesinambungan bagi peningkatan kesejahteraan manusia¹

Kedua *buruh*, pada dasarnya buruh adalah tulang punggung suksesnya sebuah perjalanan perusahaan, tanpa buruh seorang pengusaha tidak akan mampu memproduksi barang atau jasa yang dibutuhkan pasar. Namun sampai dewasa ini keberadaan buruh selalu saja dalam keadaan terjepit di telapak kaki para pengusaha atau majikan. Padahal begitu besar potensi buruh terhadap majikan, tenaga buruh dibutuhkan oleh para majikan, tetapi nasib mereka tak pernah diperhatikan dengan baik, hanya seribu satu dari sekian banyak perusahaan di Indonesia yang mau memperhatikan buruh dengan baik. Selebihnya terjadi jurang pemisah, kesenjangan sosial, antara buruh dan majikan ditambah lagi dengan tidak adanya keberpihakan peraturan perburuhan yang dibuat pemerintah terhadap buruh.

Prof. Imam Soepomo mengatakan :

Tujuan pelaksanaan hukum perburuhan adalah pelaksanaan keadilan sosial dalam perburuhan dan pelaksanaan itu diselenggarakan dengan jalan melindungi buruh terhadap kekuasaan yang tidak terbatas dari pihak majikan²

Ketiga *konsumen*, pada hakekatnya keberadaan konsumen bagi perusahaan sangat penting, tanpa konsumen pengusaha akan gulung tikar, tanpa konsumen pengusaha tidak ada artinya sama sekali, tanpa konsumen pelaku usaha secara otomatis akan berhenti sebagai pengusaha. Pada dasarnya adalah sama-sama penting dan saling membutuhkan, karena itu keberadaan antara produsen dengan

¹ Niniiek Suparmi, *Pelestarian Pengelolaan dan Penegakan Hukum Lingkungan*, Sinar Grafika, Jakarta, hal. 58

² Prof. Imam Soepomo, *Pengantar Hukum Perburuhan*, Djambatan, Jakarta, hal. 7

konsumen harus dalam keadaan seimbang, karena antara keduanya terdapat keterkaitan dalam hal adanya saling membutuhkan. Tetapi fakta sering menunjukkan bahwa konsumen sering dirugikan oleh pihak produsen atau pihak pelaku usaha. Para pengusaha belum dapat memandang konsumen sebagai aset (kekayaan) immaterial yang amat potensial bagi perusahaan yang dikelolanya. Dalam kenyataan kehidupan sehari-hari konsumen terus-menerus dirugikan oleh produsen. Secara sepihak produsen terus-menerus memeras konsumennya.

Yusuf Shofie mengatakan :

Dalam praktek perdagangan yang merugikan konsumen diantaranya penentuan harga barang dan penggunaan klausula secara tidak patut, pemerintah secara tidak konsisten berpihak kepada konsumen yang pada umumnya orang kebanyakan³

Pada dasarnya hampir semua sistem hukum yang memperhatikan kepada asas keadilan tetap memperhatikan kepada perlindungan konsumen, konsumen tidak boleh dirugikan dalam hal apapun dan di manapun serta dalam keadaan bagaimanapun juga. Berkaitan dengan hal yang ketiga yaitu konsumen inilah yang akan penulis bahas lebih lanjut dalam sebuah judul PERLINDUNGAN KONSUMEN DITINJAU DARI HUKUM ISLAM DAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999.

Jadi penulis akan membahas tentang perlindungan konsumen ini sebuah karya ilmiah dari aspek Hukum Islam dan dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang berlaku sekarang di negara kita.

³ Yusuf Shofie, 2000, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-instrumen Hukumnya*, Citra Adityabakti, Bandung, hal. 2

Lazimnya suatu karya ilmiah harus memiliki suatu daya tarik tersendiri, atau lebih logisnya lagi suatu karya ilmiah harus dapat memberikan manfaat atau faedah bagi para pembaca. Sebuah tulisan yang baik adalah tulisan yang dapat dipahami oleh para pembaca dengan mudah dan tidak membingungkan para pembaca.

Untuk melayani kepentingan sang pembaca yang terhormat maka penulis memutuskan untuk terlebih dahulu mengungkapkan pengertian-pengertian sekaligus sebagai penegasan karya ilmiah sebagaimana disebutkan di atas. Hal ini diungkapkan guna menghilangkan suatu keraguan, *misunderstanding*, *misinterpretation* dari segenap pembaca. Penegasan dan pengertian judul penulis kemukakan melalui suatu *operasionalisasi*. Sebagaimana dikatakan oleh Wahyu dan Muhammad Masduki sebagai berikut :

Guna menghindari salah tafsir tentang isi skripsi oleh pihak lain yang membaca, maka istilah pokok, pengertian-pengertian khusus yang ada dalam skripsi harus dioperasionalkan. Operasionalisasi diartikan sebagai pengertian-pengertian khusus yang hanya berlaku di dalam skripsi tersebut⁴

Adapun kata-kata operasionalisasi yang harus penulis tegaskan sesuai dengan judul tersebut di atas, sebagai berikut :

1. *Perlindungan* yaitu perbuatan (hal dan sebagainya) melindungi, pertolongan (penjagaan dan sebagainya) misal memberi perlindungan kepada orang-orang yang lemas⁵
2. *Konsumen* ialah pemakai barang-barang hasil industri (bahan pakaian, makanan dan sebagainya)⁶ definisi lainnya : *consumer ; a person who buys*

⁴ Drs. Wahyu, MS, Drs. Muhammad Masduki, MS, 1987, *Petunjuk Praktis Membuat Skripsi*, Usaha Nasional, Surabaya, hal. 61

⁵ W. J. S. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Dinas Penerbitan Balai Pustaka, Jakarta, hal. 540

*goods or uses service.*⁷ Definisi konsumen berikutnya disebutkan dalam Consumers Consument Laws, yaitu : A person is a consumer if that person :

- a. acquires goods of servive of less than \$ 40,000 in value
- b. acquires goods of service (of any value) of a kind ordinarily acquired for personal, domestic or household use
- c. acquires a commercial road vehicle (of any value)⁸

Sedangkan definisi yang dimuat dalam Undang-Undang Konsumen menyebutkan bahwa :

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kehidupan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidka untuk diperdagangkan⁹

3. *Perlindungan Konsumen* adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen¹⁰
4. *Hukum Islam*, pada hakekatnya hukum yang bersumber kepada Al-Qur'an dan Hadits sebagai sumber yang disepakati oleh seluruh ualama serta Ijtima' dan Qiyas sebagai sumber Hukum Islam yang disepakati oleh mayoritas ulama. Secara kebahasaan berarti menetapkan sesuatu atau tidak menetapkannya (*istbatu sya'in 'ala syai'in aw nafyun anhu*).¹¹ Kemudian istilah ahli Ushul Fiqh, hukum adalah kitab atau perintah Allah SWT, yang menuntut mukallaf untuk mengerjakan atau memilih antara mengajarkan dan tidak mengerjakan

⁶ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI, 1988, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, hal. 458

⁷ AS. Horby, 1995, *Oxford Advanced Learner's Dictionary*, Oxford University Press, USA, page, 248

⁸ *Consumers Law Protection*, page 448

⁹ *Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*, Sinar Grauka, Jakarta, hal. 129

¹⁰ *Ibid*

¹¹ Departemen Pendidikan Nasional RI, 2003, *Ensiklopedi Islam*, Ihtiar Baru van Hoeve, Jakarta, hal. 129

atau menjadikan sesuatu menjadi sebab, syarat atau penghalang bagi adanya yang lain¹²

5. *Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen* atau Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang disingkat dengan UUPK, yang berdaya guna dalam rangka mendeskripsikan perlindungan konsumen secara utuh (*otochtoon*) dengan berbagai instrumennya, serta dalam rangka meluruskan persepsi yang keliru dari pelaku usaha usaha yang beranggapan bahwa Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah sebagai upaya menghambat perkembangan dunia usaha, padahal dengan lahirnya Undang-Undang ini diharapkan akan semakin bertambahnya terobosan-terobosan baru melalui pengadilan untuk menyuarakan rasa keadilan masyarakat konsumen¹³

Itulah beberapa kata operasionalisasi yang penulis ungkapkan dalam rangka memberikan penegasan dan pengertian kata-kata yang tertera dalam judul karya ilmiah ini.

B. Permasalahan

Adapun yang menjadi rumusan masalah dalam pembahasan ini sebagai berikut :

1. Bagaimanakah perlindungan konsumen menurut Pandangan dan Konsep Hukum Islam?
2. Bagaimanakah perlindungan konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 ?

¹² *Ibid*, hal. 129

¹³ Yusuf Shofie, *Op.cit*, hal, 302 – 303

3. Bagaimanakah perbandingan antara Hukum Islam dan Undang-Undang Konsumen dalam hal Perlindungan Konsumen ?

Berpedoman dengan ketiga rumusan masalah tersebut di atas penulis berupaya menelusuri tentang seluk beluk mengenai perlindungan konsumen ini dalam 2 (dua) perspektif hukum yang berbeda.

Sedangkan kegunaan dari pada permasalahan atau rumusan masalah ini adalah sebagai peta pembahasan atau *discussion map*, yang berdaya guna dalam memberi panduan dan arahan bagi penulis maupun bagi para pembaca pada umumnya.

C. Tujuan Pembahasan

Adapun tujuan pembahasan dari pada permasalahan yang penulis ketengahkan ndalam karya ilmiah ini, terutama adalah dalam rangka memenuhi tugas ilmiah dan pengembangan bahan ajar mata kuliah perlindungan konsumen pada Fakultas Hukum Universitas Medan Area, Medan.

Di samping itu penulis bermaksud mengetahui lebih lanjut mengenai seluk beluk dan persoalan-persoalan yang terdapat dalam dunia perlindungan konsumen dengan pelaku usaha.

Adapun yang menjadi tujuan pembahasan dalam mengkaji masalah perlindungan konsumen ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana antisipasi konsep hukum Islam dalam pembatasan bagi pelaku pasar atau pengusana untuk melindungi konsumen

2. Untuk mengetahui sejauh mana perlindungan hukum bagi konsumen di dalam Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 sebagai sumber hukum formal bagi perlindungan konsumen
3. Untuk mengetahui bagaimana persamaa-persamaan dan perbedaan-perbedaan antara Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 dalam memberikan perlindungan hukum bagi pada konsumen ?

Selain itu tugas ini juga kiranya dapat berdaya guna sebagai memenuhi realisasi dari Tri Dharma Perguruan Tinggi, terutama dalam bidang pengabdian masyarakat, khususnya dalam memberikan input-input positif bagi para konsumen yang dalams sejarah perjalanan kehidupannya tidak pernah mengalami zaman gemilang di negara kita ini. Semoga kiranya karya ilmiah ini dapat berdaya guna sebagai kontribusi pemikiran yang berharga bagi masyarakat konsumen dan masyarakat pengusaha pada umumnya.

BAB II

PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM KONSEP ISLAM

A. Konsep Perlindungan Konsumen Dalam Hukum Islam

Hakekatnya Islam merupakan risalah Ilahiyah yang terakhir yang datang membawa hidayah yang sangat sempurna baik bagi diri pribadi atau pun bagi masyarakat umum, ia datang menunjuki mereka dalam segala segi dan datang meletakkan dasar-dasar yang wajib bagi seluruh umat manusia untuk mengikutinya.

Islam juga datang membawa aturan-aturan yang melengkapi bagi hidup dan kehidupan, manusia di dunia maupun di akhirat serta membimbing dan menunjuki manusia agar jangan menyimpang dari kebenaran.¹⁴

Dalam ajaran Islam diatur berbagai hal yang berkaitan dengan masalah hidup dan kehidupan manusia, yang mengatur dari segi jasmaniah maupun rohaniannya. Sebab Allah SWT menjadikan manusia dengan fitrahnya sejalan dan searah diantara rohaniyah dan jasmaniah, dengan pengertian tidka boleh melupakan dan meninggalkan salah satu diantara keduanya. Begitu juga halnya dalam dunia perdagangan (*muamalah*), Islam tidak memisahkan dari keduanya. Tetapi lain halnya dengan maslaah perdagangan non Islami, hanya merumuskan perhatian kepada segi jasmaniah, material, keuntungan dan duniwi semata-mata. Hal ini disebabkan karena perekonomian atau perdagangan dalam Islam tetap

¹⁴ H. Hamdan Abbas, *Mu'amalah Maliyah Dalam Islam*, MUI – SUMUT, Medan, 1994, hal. 1

memperhatikan keadaan-keadaan akhlak dan masih dipandang sebagai perbuatan yang bernilai ibadah.

Pada dasarnya hubungan antara produsen dan konsumen bukan merupakan persoalan yang baru dalam kehidupan umat manusia pada umumnya dan umat Islam pada khususnya. Hubungan konsumen dan pelaku usaha sudah dilakukan orang mulai dari pekerjaan yang sederhana sampai dengan pekerjaan yang luar biasa. Munculnya hubungan antara konsumen dan pelaku usaha itu disebabkan oleh adanya suatu kebutuhan yang saling mengisi serta adanya saling ketergantungan dari kedua belah pihak, di mana konsumen selalu membutuhkan barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhan dan kesempurnaan hidupnya, di sisi lain memberikan suatu peluang bagi produsen untuk menjual barang atau jasa yang dibutuhkan oleh pelaku usaha, yang diikuti dengan adanya hak dan kewajiban yang harus dipenuhi oleh kedua belah pihak.

Jika kita telusuri secara mendalam tentang konsumen dalam Islam, maka hampir semua orang yang hidup di dunia ini berstatus sebagai konsumen, siapapun dia dan sebagai apapun predikatnya. Seorang konsumen mendapatkan sesuatu produk dari orang lain bukanlah suatu perbuatan yang luar biasa dan sah saja dalam pandangan Islam, sepanjang tidak menyangkut hal-hal yang terlarang.

Adapun hal yang dilarang itu ditegaskan oleh Allah SWT :

Hai orang-orang yang beriman janganlah kamu saling memakan harta sesama kamu dengan cara bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu (QS. An-Nisa' : 29)¹⁵

¹⁵ Departemen Agama RI, 1995, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Gema Risalah Press, Bandung, hal. 122

Berdasarkan ayat tersebut di atas jelaslah bahwa dalam jual beli antara pelaku usaha dan konsumen harus terdapat unsur-unsur :

1. Suka sama suka atau rela

Rela tersebut tempatnya di hati, tidak ada yang mengetahuinya kecuali dirinya sendiri. Hal tersebut memerlukan kepada suatu bukti baik dengan perkataan atau perbuatan ataupun dengan tulisan atau juga dengan syarat, inilah yang disebut dengan sighat aqad¹⁶

2. Aqad (Sighat Aqad)

Sighat Aqad adalah sesuatu yang timbul dari 2 (dua) orang yang beraqad yang menunjukkan kepada keinginan keduanya untuk mengadakan aqad, baik dengan perkataan atau perbuatan atau dengan tulisan ataupun dengan isyarat, yang disebut dengan ijab kabul¹⁷

3. Tidak adanya penipuan (secara bathil)

Dalam melakukan perbuatan jual beli, di mana barang yang diperjual belikan harus dapat diserahkan terimakan, tidak sah melakukan perbuatan jual beli barang yang tidak dapat diserahkan terimakan, seperti menjual ikan yang masih berada di dalam kolam. Rasulullah SAW, menjelaskan :

Dari Abu Hurairah, kata beliau : Telah melarang Nabi Muhammad SAW akan memperjual belikan barang yang mengandung tipu daya (Riwayat Muslim dan lainnya)¹⁸

¹⁶ H. Hamdan Abbas, 1993, *Mu'amalah Maliyah Dalam Islam I*, MUI – SUMUT, Medan, hal. 21

¹⁷ *Ibid*, hal. 22

¹⁸ H. Sulaiman Rasjid, 1954, *Fiqh Islam*, Attahiriyah, Jakarta, hal. 270

4. Bermanfaat

Tidak boleh menjual sesuatu yang tidak ada manfaatnya, mengambil tukarannya terlarang juga, karena termasuk ke dalam arti menyia-nyiakan harta yang terlarang dalam kitab suci¹⁹

Firman Allah SWT :

Sesungguhnya orang-orang yang menyia-nyiakan harta (pemborosan) itu adalah saudara Syaithan²⁰

Oleh karena itu Rasulullah SAW juga melarang menjual semacam buah-buahan atau sebangsanya yang belum jelas masaknyanya. Hal ini menunjukkan ajaran Islam itu memiliki nilai filsafat yang jauh ke depan agar konsumen (pembeli) tidak mengalami kerugian, dalam hal ini yang menjadi konsumen tersebut mungkin saja adalah si pelaku usaha (pedagang buah-buahan). Penjelasan Rasulullah SAW sebagai berikut :

Dari Ibnu Umar : Telah melarang Nabi Besar Muhammad SAW menjual buah-buahan sehingga nyata patutnya (pantas diambil) (Sepakat Ahli Hadits)²¹

Semua unsur-unsur yang disebutkan di atas adalah dalam rangka melindungi konsumen pada khususnya dan kestabilan sosial pada umumnya termasuk melindungi pelaku usaha atau produsen sendiri.

Sebagai *inversnya* secara umum dapat ditegaskan bahwa hak pengusaha adalah mendapatkan penghasilannya adalah berkat adanya kebutuhan konsumen seolah-olah pelaku usaha dapat menerima upah atau gaji dari pekerjaan yang

¹⁹ *Ibid*

²⁰ Departemen Agama RI, *Op.cit*, hal. 119

²¹ H. Sulaiman Rasjid, *Op.cit*. hal. 273

dilakukannya. Dalam hal ini hak pada pihak yang satu merupakan kewajiban pihak yang lain, demikian juga sebaliknya.²²

Pada dasarnya hubungan produsen dan pelaku usaha, muncul jika ada kesepakatan transaksi dengan barang atau jasa tertentu dengan harga tertentu pula. Memberikan jasa dan atau menjualkan barang atau sebaliknya menerima jasa dan menjualkan barang adalah hal yang mubah atau dibolehkan.

Selanjutnya menyangkut perlindungan ajaran Islam cukup banyak menginformasikan sekaligus mengingatkan kepada para pelaku usaha baik dalam Al-Qur'an maupun Hadits.

Firman Allah SWT dalam Surat Al-An'am :

Sempurnakanlah (cukupkanlah) kilo (takaran) dan timbangan dengan adil (QS. Al-An'am : 154)²³

Hadits Rasulullah SAW yang artinya :

Dari Ibnu Abbas berkata Rasulullah SAW janganlah kamu menghambat orang-orang yang akan ke pasar di jalan sebelum mereka sampai di pasar (Sepakat Ahli Hadits)²⁴

Larangan Rasulullah SAW tersebut karena dapat merugikan terhadap orang-orang desa yang datang dan mengecewakan pula terhadap gerakan pasaran, karena barang tidak sampai di pasar.

Pembelian barang secara demikian pihak pelaku usaha untuk ditahan agar dapat dijual dengan harga yang lebih mahal, sedangkan masyarakat umum berhajat kepada barang itu, larangan melakukan tindakan demikian karena dapat

²² Sanusi Bintang, Dahlan, 2000, *Pokok-pokok Hukum Ekonomi dan Bisnis*, Citra Adityabakti, Bandung, hal. 63 – 68

²³ AhmadKurdi, 1410 H, *Tafsir Al-Qur'an Al Karim*, Al-Jami'ah Al-Islamiyah bil Madinati Munawarah, Al-Mamlakatul 'Arabiyah As-Sau'diyah, hal. 61

²⁴ H. Sulaiman Rasjid, *Op.cit*, hal, 274

merusak ketenteraman umum. Dalam bahasa ekonomi perbuatan pelaku usaha yang demikian adalah melakukan perbuatan monopsoni dan sekaligus melakukan monopoli.

Dengan masalah kredit atau pinjam meminjam Allah SWT juga mengingatkan kepada para pihak untuk menuliskannya, membuat catatan (apakah berupa kwitansi, jurnal, buku besar, laporan keuangan dan sebagainya; yang dapat dijadikan sebagai alat bukti) agar suatu perbuatan hukum itu jelas anatominya, Firman Allah SWT sebagai berikut :

Hal orang-orang yang beriman apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan hendaklah kamu menuliskannya²⁵

Karena Al-Qur'an sebagai kitab petunjuk bagi umat manusia (*guidance for humans*) yang sering disebut orang dengan istilah *the world and hereafter dictionary* tersebut tidak memandang berat, tidak semata-mata bertujuan melindungi konsumen saja, tetapi perlindungan bagi semua pihak yang terkait dalam suatu transaksi jual beli. Karena apabila kita sadari dan kita pahami asas-asas pada tingkat yang paling dasar (*beginnel in erg grondnormen*) bahwa antara siapapun diantara semua manusia tidak ada perbedaannya, apalagi sekedar hanya antara produsen, pelaku usaha, pedagang di satu sisi dengan konsumen, pembeli, pelanggan di sisi lain.

Dalam ketentuan Islam juga demikian, bahkan bukan hanya dalam perlindungan konsumen, dalam hal apapun orang lain harus dilindungi, dalam Islam pada tingkat seagama adalah bersaudara yang disebut dengan persaudaraan Islamiyah atau *Ukhuwah Islamiyah*, kemudian dalam ruang lingkup sebangsa dan

²⁵ Departemen Agama RI, *Op.cit*, hal. 70

setanah air adalah persaudaraan seibu pertiwi atau yang disebut *Ukhuwah Wathaniyah*, maupun persaudaraan sesama manusia yang di luar kawasan agama dan teritorial negara disebut dengan *Ukhuwah Insaniyah* atau *Ukhuwah Basyariyah*. Oleh karena itu apa gunanya kita merugikan konsumen, karena para konsumen adalah saudara dari para produsen sendiri.

B. Prinsip dan Manfaat Perlindungan Konsumen Dalam Islam

Adapun prinsip-prinsip yang dianut dalam Islam adalah prinsip yang sesuai dengan apa yang diperintahkan dan diajarkan Allah SWT dalam Al-Qur'an dan Hadits, yang menyangkut hubungan timbal balik atas interaksi antara manusia yang satu dengan manusia yang lainnya atau jalinan antara individu dengan kelompok jalinan hubungan antara kelompok dengan kelompok. Hubungan timbal balik itu terjadi karena manusia adalah makhluk yang memiliki banyak kebutuhan baik berupa barang maupun jasa, sedangkan sumber daya yang tersedia umumnya bersifat terbatas.²⁶

Dalam hubungan tersebut terdapat keharusan-keharusan yang mesti diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari bagi umat Islam. Dalam konteks perlindungan konsumen atau ini di mana hubungan antara konsumen dan pelaku usaha harus diikat dengan prinsip :

²⁶ Nur A. Fadhil Lubis, 1998, *Ekonomi Islam di Tengah Gejolak Globalisasi Suatu Ulasan tentang Pemikiran dan Perkembangannya*, MUI – SUMUT, Medan, hal. 4

1. Tolong Menolong Dalam Kebaikan

Prinsip tolong menolong dalam kebaikan adalah sesuai fitrah manusia selaku makhluk sosial atau makhluk bermasyarakat, di mana seorang individu tidak akan pernah mampu memunui kebutuhan hidupnya dengan baik dan sempurna tanpa bantuan orang lain. Kelayakan dan kecukupan hidup seseorang tidak pernah terlepas daripada intervensi atau campur tangan individu lainnya. Oleh karena itu memandang kepada kemaslahatan ini Islam sangat menganjurkan umat manusia untuk saling tolong menolong dalam kebaikan termasuk pula dalam hubungan antara pembeli dan penjual atau antara produsen dan kosumen dan sebagainya, hal ini sesuai dengan Firman Allah SWT :

Dan tolong menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebaikan dan taqwa, dan jangan tolong menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertaqwalah kamu kepada Allah SWT, sesungguhnya Allah SWT amat berat siksa-Nya²⁷

Berdasarkan penjelasan ayat suci Al-Qur'an yang secara tegas dan logis (*muhkamat*) itu, bahwa dalam melaksanakan bahwa dalam melaksanakan hubungan apapun yang dipakai adalah prinsip tolong menolong dalam kebaikan dan ketaqwaan. Maka dalam kerangka melaksanakan perlindungan konsumen ini, jelaslah bahwa kedua belah pihak baik penjual dan pembeli sama-sama memiliki potensi dan porsi untuk melakukan perbuatan baik dan kebaikan. Selain itu sumber keterangan hukum Islam yang autentik tersebut juga menjelaskan bahwa hubungan antara penjual (*ba*) dan pembeli (*musytari*) sangat dilarang dalam kerangka perbuatan disa dan permusuhan. Jadi bekerjasama dalam kejahatan dan

²⁷ Departemen Agama RI, 1985, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Proyek Pengadaan Kitab Suci Al-Qur'an Departemen Agama RI, Jakarta, hal. 157

pelanggaran adalah sangat dilarang (*samen werken in misdrijven en overtredingen is erg gebood*) sebagaimana Allah SWT mengancam orang-orang yang berkolusi dalam melakukan perbuatan dosa dan kejahatan dengan siksaan yang amat dahsyat.

Maka dalam konteks perlindungan konsumen ini, hendaknya pelaku usaha atau produsen dalam melakukan transaksi penjualan dengan ikhlas dalam rangka memberikan pertolongan kepada pihak lain yaitu konsumen, demikian pula halnya dengan konsumen hendaklah ia berniat dalam melakukan pembelian itu sebagai suatu perbuatan memberikan pertolongan kepada pelaku usaha dalam rangka mengganti modal kerja yang telah dikeluarkan si pelaku usaha. Di sisi lain tidak menutup kemungkinan adanya peranan saling membutuhkan di mana produsen sangat membutuhkan agar hasil pekerjaannya dimanfaatkan orang lain, sedangkan konsumen menerima barang atau jasa yang diperlukannya. Peristiwa saling serah terima pertolongan secara ikhlas diantara kedua belah pihak yang dikemas dalam bungkusan tolong menolong itu akan lebih mempesona dan artistik menurut pandangan Islam dan kemanusiaan.

2. Hubungan Kasih Sayang atau Silaturahmi

Esensinya hubungan konsumen dan pelaku usaha dalam hubungan perlindungan konsumen bukan hanya sebutan pengertian tolonga menolong dalam kebaikan, tetapi menurut pandangan Islam ianya mempunyai makna yang lebih dalam lagi yaitu hubungan, kasih sayang atau silaturahmi. Suatu hubungan sosial lainnya yang berintikan silaturahmi yang padu dan berlapis tolong menolong

dalam kebaikan yang membaja sebagai prinsip yang amat dianjurkan dalam pandangan Islam. Karena Islam memandang orang mukmin yang satu dengan orang mukmin lainnya adalah bersaudara. Dalam hidup dan kehidupan ini di luar Suatu hubungan sosial lainnya yang berintikan silaturrahi yang padu dan berlapis tolong menolong dalam kebaikan yang membaja sebagai prinsip yang amat dianjurkan dalam pandangan Islam. Karena Islam memandang orang mukmin yang satu dengan orang mukmin lainnya adalah bersaudara. Dalam hidup dan kehidupan ini di luar persaudaraan seiman dan seaqidah atau *Ukhuwah Islamiyah* masih ada lagi bentuk persaudaraan kemanusiaan atau *Ukhuwah Insaniyah (Ukhuwah Basyariah)* maupun persaudaraan seibu pertiwi individu yang disebut *Ukhuwah Wathaniyah*.

Dalam sebuah hadits Rasulullah SAW bersabda:

Dari Abi Hamzah Anas bin Malik r.a. : pembantu Rasulullah SAW dari Nabi SAW, beliau bersabda tidak beriman salah seorang kamu sehingga ia mencintai terhadap saudaranya sebagaimana ia mencintai terhadap dirinya sendiri (HR. Bukhari Muslim)²⁸

Barangsiapa berjalan untuk mengusahakan kebutuhan saudaranya dan ushaa itu berhasil sampai kepadanya, itu lebih baik dari pada beru'tikaf 10 (sepuluh) tahun. Dan barang siapa beri'tikaf 1 (satu) hari untuk mencari keridhaan Allah SWT, maka Allah SWT menjaga mereka diantara dia dengan neraka sejauh tiga parit Khandak (Khandaq), parit yang ada di sekitar kota yang lebih jauh dari antara ujung bumi sebelah barat dan timur.²⁹ Maka dalam hal ini amat besar manfaat atau keuntungan (*advantage*) yang diperoleh oleh seorang produsen atau

²⁸ Yahya bin Syarifuddin An Nawawy, *Matnul Arba'in An Nawawiyah*, Al Islamiyan, Medan, 1979, hal. 19

²⁹ Muhammad Al Ghazali, *Khuluqul - Muslim*, Wicaksana, Semarang, 1977, hal. 343

pelaku usaha, jika dalam usaha ia berniat untuk memenuhi kebutuhan primer (maupun sekunder) saudara-saudaranya yang didasari oleh kasih sayang atau silaturrahi.

Maka dalam hal perlindungan konsumen ini, konsumen dan pelaku usaha harus berpandangan terhadap prinsip kasih sayang dalam rangka melaksanakan kewajiban dan menuntut hak masing-masing. Prinsip hubungan kasih sayang yang didasari kasih sayang yang didasari silaturrahi ini sebagaimana Sabda Rasulullah SAW :

Kamu akan melihat orang-orang yang beriman dalam saling sayang-menyayangi, saling mencintai, saling mengasihi bagaikan satu tubuh. Apabila satu anggota tubuh sakit, maka tertariklah bagian anggota lain ikut merasakan sakit dengan tidak tidur dan badan panas (HR. Bukhari Muslim)³⁰

3. Bersama Kesulitan ada Kemudahan

Adapun indikator yang muncul jika seorang produsen selalu berupaya melindungi para konsumennya, di mana para konsumennya akan berupaya mendukung si produsen tersebut. Karena keberhasilan seorang produsen atau pelaku usaha dalam hal ini adalah bukan berdasarkan berapa banyak keuntungan yang ia peroleh, melainkan berdasarkan berapa banyak konsumen yang memberikan dukungan kepada usaha yang dikelolanya. Hal ini terbukti dengan tidak beranjaknya para pelanggan dari seorang pedagang yang jujur, tetap menjaga kualitas, memberikan layanan yang terbaik dan maksimal kepada para

³⁰ *Ibid*, hal. 344

pelanggannya dan sebagainya, bukanlah hal ini merupakan keuntungan yang besar dan diperoleh oleh sang pengusaha tersebut.

Sebagaimana telah disinggung di atas bahwa manusia adalah makhluk sosial harus selalu bersama di mana saja dan bilamana saja, sepanjang roda kehidupan dunia ini masih berputar, seorang individu akan mengalami kesulitan jika tanpa bantuan dan dukungan orang lain. Karena Tuhan telah menciptakan makhluk-Nya tanpa kecuali manusia memiliki kelebihan yang berbeda-beda. Speseialisasinya alamiah (terbentuk melalui bakat) maupun spesialisasi buatan (berkat hasil proses belajar) yang dimiliki oleh setiap individu selalu tidak sama. Kelebihan yang khusus dimiliki seseorang menyebabkan nilai tambah tersebdiri baginya, dapat dimanfaatkan secara seksama dan semaksimal mungkin agar dapat memberikan faedah bagi orang lain, sehingga apa yang dimilikinya dapat mengandung nilai ekonomi secara lahiriah dan dapat memberikan peluang serta kesempatan untuk menghidupi dirinya. Pada konsumen dan pelaku usaha terdapat kelebihan yang berbeda. Pada produsen adalah keahlian (skill) dan atau tenaga untuk mengolah barang atau jasa guna memenuhi kepentingan konsumen, di sisi lain konsumen memiliki kelebihan finansial, sehingga dapat memberikan suatu *insentif* atas jasa yang diberikan kepadanya atau pembayaran atas barang yang dibelinya.

4. *Melaksanakan Keadilan*

Telah lama sudah cita-cita keadilan baik dalam kehidupan sosial maupun ekonomi menjadi harapan kita bersama. Akan tetapi harapan itu menjadi semakin jauh dari kenyataan, lebih-lebih setelah bangsa Indonesia mengalami krisis ditambah lagi dengan jumlah utang luar negeri yang semakin banyak. Agaknya apa yang tercantum dalam tujuan hidup berbangsa dan bernegara untuk menciptakan keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia harus ditopang dengan kesadaran yang mendalam terhadap nilai-nilai yang diajarkan oleh agama yang bersumber dari imperatif wahyu Allah SWT dalam bingkai semacam inilah tawaran alternatif, bahkan satu-satunya, kajian tentang ekonomi Islam menjadi semakin penting.³¹

Untuk melaksanakan hubungan dalam bentuk apapun antara satu individu dengan individu lainnya harus mengacu kepada dasar-dasar keadilan atau "*mabadi'ul 'adl*" termasuk dalam hubungan segala jenis transaksi, di mana perlakuan seorang pelaku usaha terhadap konsumennya, harus berbuat baik dan adil, demikian pula sebaliknya, sesuai dengan Firman Allah SWT dalam Surat Al-An'am yang berbunyi :

Sempurnakanlah (cukupkanlah) kilo (takaran) dan timbangan dengan adil (QS. Al-An'am : 154)³²

Demikian pula Firman Allah SWT dalam Surat An-Nahl yang berbunyi :

Sesungguhnya Allah menhyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkar dan permusuhan (QS. An-Nahl : 90)³³

³¹ Amiur Nuruddin, 2002, *Keadilan Sosial Ekonomi Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, MUI – SUMUT, Medan, hal. 6 – 7

³² Ahmad Kurdi, 1410 H, *Tafsir Al-Qur'an Al Karim*, Al-Jami'ah Al-Islamiyah bil Madinati Munawarah, Al-Mamlakatul 'Arabiyah As-Sau'diyah, hal. 61

Berdasarkan kedua ayat tersebut jelaslah bahwa sebenarnya keadilan yang perlu ditegakkan dalam hidup dan kehidupan ini bukan hanya dalam perbuatan jual beli tetapi dalam segala perbuatan yang kita lakukan. Dalam hal ini yang dituntut adalah keadilan si penjual bagi para pelanggannya, yaitu dengan cara menjualkan barang dengan harga yang pantas, tidak mengurangi timbangan, tidak menyatakan barang baru terhadap barang yang sudah lama, tidak menyatakan barang berkualitas terhadap barang yang tidak berkualitas, tidak menyatakan barang asli terhadap barang tiruan dan tidak memaksakan kehendak (*willing*) kepada para pembeli yang tidak mungkin atau tidak berkeinginan untuk membelinya. Tegasnya seorang pelaku usaha harus jujur dalam melaksanakan pekerjaan, tidak melakukan penipuan (*fraud*) bagi konsumennya. Dalam konteks ini peluang berbuat adil atau keadilan bagi pedagang sangat luas namun dalam perspektif yang khusus yaitu dalam melakukan transaksi (menjualkan) barang dagangannya.

Islam sebagai agama yang terakhir menetapkan aturan-aturannya untuk memiliki harta dan cara untuk mengusahakan serta mengembangkannya. Dalam hal ini Islam mendahulukan ajarannya kepada masalah akhlak dan aqidah agar lebih terjamin dalam pelaksanaan ekonomi tersebut, agar sesuai dengan syari'at Islam.³⁴

³³ *Ibid*, hal. 415

³⁴ H. Hamdan Abbas, 1994, *Mu'amalah Maliyah Dalam Islam IV*, MUI – SUMUT, Medan, hal. 4

C. Alasan Perlindungan Konsumen Dalam Hukum Islam

Perbuatan pelaku usaha yang selalu merugikan konsumen, tentunya para konsumen akan jera melakukan transaksi dengan pelaku usaha tersebut, sesuai dengan pribahasa pisang tak akan berbuah dua kali. Maka keuntungan sang pedagang itu hanya untuk sekali saja, untuk selanjutnya para konsumen akan mencari pedagang lainnya. Khusus dalam hal perbuatan monopoli yang dilakukan oleh para pedagang yang menyangkut naiknya harga barang dan sebaliknya turunnya kualitas barang atau pelayanan, para konsumen akan berupaya mencari barang pengganti atau barang substitusi, tentu saja sang pengusaha telah menyengsarakan para konsumennya, maka sudah sewajarnya konsumen tidak setia kepada para pelaku ushaa tersebut.

Oleh karena itu berbicara tentang alasan perlindungan konsumen dalam kajian Islam adalah bahagian pembicaraan tentang kepentingan konsumen yang amat *signifikan*. Namun jika kita mempersoalkan kepentingan konsumen, perlu kita ingat pula bahwa di sisi lainny aada kepentingan pelaku usaha. Maka mau tak mau ketika kita memperbincangkan perlindungan yang dituntut keadaan keseimbangan (*balance situation*), jadi bukan semata-mata membela, berpihak dan mementingkan pihak konsumen secara sepihak tanpa alasan. Karena setiap hubungan antara individu dalam rangka saling memenuhi kebutuhan hidup. Dengan kata lain adanya saling ketergantungan satu sama lain. Dalam kegiatan bisnis terdapat hubungan yang saling membutuhkan antara pelaku usaha dengan konsumen (pemakai barang dan atau jasa). Kepentingan pelaku usaha adalah memperoleh laba dari transaksi dengan konsumen, sedangkan kepentingan

konsumen adalah memperoleh kepuasan melalui pemenuhan kebutuhan terhadap produk tertentu.³⁵

Namun kenyataannya hampir dalam setiap hubungan antara konsumen dan pelaku usaha, konsumen selalu dihadapkan kepada berbagai kerugian yang dilakukan oleh para pelaku usaha, baik dengan unsur kesengajaan para pelaku usaha, kelalaian pelaku usaha atau ketidak mengertian konsumen maupun keteledoran konsumen sendiri.

Dalam hubungan demikian seringkali terdapat ketidak seimbangan antara keduanya. Konsumen biasanya berada pada posisi tawar-menawar yang lemah dan karenanya dapat menjadi sasaran eksploitasi dari pelaku usaha yang secara sosial dan ekonomi memiliki posisi yang kuat. Untuk melindungi atau memberdayakan konsumen diperlukan adanya campur tangan negara melalui penetapan sistem perlindungan hukum terhadap konsumen.³⁶

Perbuatan pelaku usaha yang semena-mena terhadap konsumen akan menyebabkan terjadinya perubahan yang mempengaruhi konsumsi masyarakat yang meliputi antara lain faktor subjektif dan faktor objektif. Faktor subjektif adalah faktor yang mempengaruhi sikap masyarakat dalam melakukan konsumsinya,³⁷ sedangkan faktor objektif yang dimaksud ialah pembagian pendapatan, faktor-faktor ini lebih banyak mempengaruhi mereka yang termasuk golongan yang berpendapatan rendah (*income bracket*).³⁸

³⁵ Sanusi Bintang, Dahlan, 2000, *Pokok-pokok Ekonomi dan Bisnis*, Citra Adityabakti, Bandung, hal. 107

³⁶ *Ibid*, hal. 107

³⁷ Drs. M. Fachry Nasution, dkk, 1994, *Pengantar Ilmu Ekonomi*, FPIPS – IKIP, Medan, hal. 104

³⁸ *Ibid*, hal. 105

Di masa lampau pun telah terjadi tindakan pemberian hak-hak istimewa kepada kelompok tertentu di Makkah, di mana hal yang serupa juga terjadi di Madinah. Krisis ekonomi yang ditimbulkan oleh perilaku semacam itu cukup menyesak dada Nabi Muhammad SAW. Banyak kritik yang dilontarkan terhadap perilaku yang tidak adil itu. Pengejewantahan paham persamaan manusia di bidang sosial dan ekonomi nampaknya merupakan solusi yang harus ditindak. Berangkat dari penekanan bahwa Allah SWT-lah yang Maha Mutlak, sedangkan segala sesuatu selain Dia, termasuk manusia adalah relatif, maka segala macam bentuk eksploitasi yang feodalistik yang secara potensial mendukung stratifikasi masyarakat berdasarkan kelas, dibongkar habis-habisan. Kecaman bukanlah diarahkan kepada aktifitas bisnis, tetapi kepada sifatnya yang eksploitatif. Tingkah laku para anggota oligarki yang pedagang itu dilukiskan oleh Al-Qur'an sebagai orang-orang yang tidak menyantuni anak-anak yatim, orang terlantar dan fakir miskin. Sebaliknya mereka bersifat monopolis dan tidak memperdulikan batas-batas kewajaran dan pertimbangan modal dalam menghimpun dana dan menumpuk harta.³⁹

Pembentukan semacam komite atau badan yang bertujuan untuk melindungi para konsumen oleh para pedagang atau konsumen secara seimbang dengan penuh keikhlasan dan pengorbanan, inilah yang seharusnya dibangun dan dikembangkan. Pembentukan usaha demikian merupakan pengaplikasian atau perwujudan daripada tolong menolong dalam rangka mempertahankan tingkat perekonomian nasional dalam arti yang lebih luas lebih insentif dan membawa

³⁹ Amiur Nuruddin, 2002, *Keadilan Sosial Ekonomi Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, MUI – SUMUT, Medan, hal. 3 – 4

kemajuan bagi perekonomian umat manusia. Sebagai perbandingan dalam masalah utang piutang yang diungkapkan oleh Prof. Dr. Abdullah, MA :

Agama Islam yang memerintahkan orang kaya memberikan pinjaman lunak juga memerintahkan orang yang berhutang untuk segera melunasi hutangnya bila sudah ada, karena memperlambat pembayaran itu adalah suatu penganiayaan⁴⁰

Pernyataan ini menunjukkan bahwa saling pengertian antara kedua belah pihak harus ada secara langgeng dan berkesinambungan, demikian juga hendaknya dengan perlindungan konsumen harus ada kemauan bersama baik dari konsumen maupun dari pihak produsen juga, karena segala sesuatunya hanya bisa terlaksana jika ada kerjasama yang baik atau *goede samenwerken van bijde partijen*.

Oleh karena itu berlandaskan ungkapan beliau di atas, sebaiknya sorang pelaku usaha atau seorang pimpinan perusahaan harus memberikan suatu prioritas perlindungan kepada para pelanggan yang memiliki potensi untuk menjadi pengembang usaha sebagai mitranya dalam rangka memperbesar *income* di masa yang akan datang bukan sekedar mendapatkan keuntungan yang melimpah pada 1 (satu) saat saja dan dalam rangka membantu mempertahankan ekonomi umat. Dengan adanya upaya melindungi para pelanggannya berarti secara tidak langsung pengusaha dapat menjadikan para konsumennya sebagai obligasi atau jaminan pada usahanya di masa yang akan datang.

⁴⁰ Abdullah Syah, 1994, *Harta Menurut Al-Qur'an dan Kaitannya Dengan Pengentasan Kemiskinan*, MUI – SUMUT, Medan, hal. 29

Perbuatan yang dilakukan oleh seorang pengusaha terhadap konsumennya seperti demikian merupakan suatu jalan kebaikan, suatu kebaikan yang dilakukan oleh seseorang sekecil apapun tidak akan sia-sia.

Allah SWT berfirman dalam Surat Ar-Rahman yang berbunyi :

Tidak ada balasan kebaikan kecuali kebaikan pula (QS. Ar-Rahman : 60)⁴¹
Jadi dengan alasan apapun juga yang dilakukan oleh seorang pedagang atau pelaku usaha untuk melindungi para pelanggannya adalah suatu uoaya yang sangat mulia dan suci, hal ini merupakan suatu alternatif lain yang lebih utama dalam rangka melindungi pihak konsumen pada umumnya. Tentunya jika semakin banyak orang (pengusaha) yang melakukan demikian akan semakin banyak orang yang terhindar dari bahaya dan kerugian baik mental maupun moral.

Selain itu seorang pelaku usaha harus berupaya jangan sampai membuat ketergantungan konsumen karena ulahnya yang monopolis itu, melainkan ketergantungan mereka karena kejujuran si pelaku usaha tersebut.

Oleh karena itu Islam sangat menganjurkan pelaksanaan masalah perlindungan konsumen ini, tetapi Islam juga berprinsip tidak terlalu membesar-besarkannya secara pihak, dan yang paling ditegaskan adalah memperingatkan para pelaku usaha atau para pedagang agar tidak melakukan penipuan dalam transaksi. Jadi dalam perbuatan penjualan dan pembelian bukanlah sekedar untuk memenuhi rukun jual beli yang meliputi :

1. Ba-i' (penjual/pihak yang memiliki barang dalam ini adalah pelaku)
2. Musytari (pembeli, nasabah yang akan membeli barang)

⁴¹ Departemen Agama RI, 1985, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Proyek Pengadaan Kitab Suci Al-Qur'an Departemen Agama RI, Jakarta, hal. 157

3. *Mabi'* (barang yang akan diperjual belikan)
4. *Tsaman* (harga)
5. *Ijab-Qabul* (pernyataan serah terima)

Tetapi juga memperhatikan setiap unsur yang terdapat dalam rukun jual beli itu yaitu :

1. *Ba-i'* (penjual) yang dimaksud dengan melindungi konsumen adalah penjual yang beritikad baik, dalam melakukan transaksi
2. *Musyitari* (pembeli) yang memang berhati-hati dalam melakukan permintaannya, bukan asal beli serta beritikad baik pula
3. *Mabi'* (barang) yang transparan ciri-ciri dan kualitasnya, jika barangnya belum ada tidak dinyatakan ada, jika memang barang tiruan tidak dinyatakan sebagai barang asli, jika kualitasnya nomor 3 tidak dibuat nomor 1 dan seterusnya
4. *Tsaman* (harga) dalam penjualan barang atau jasa sesuai dengan harga yang ditetapkan atau harga yang berlaku serta wajar pada saat
5. *Ijab-Qabul*, berupa serah terima yang terjadi itu disertai dengan niat yang tulus dan ikhlas.

Di dalam Kitab *Al Mu'minul Mubin* disebutkan bahwa rukun jual beli itu disebutkan harga 3 (tiga) yaitu :

1. *Al-'Aqid* (orang yang beraqad) yaitu penjual dan pembeli, ada 4 (empat) syarat orang boleh melakukan jual dan beli tersebut
 - a. berakal, maka tidak sah berjual beli dengan orang gila
 - b. tidak ada unsur pemaksaan dalam transaksi jual beli

- c. kedua pelaku jual beli tidak bodoh, dungu ataupun tolol
 - d. kedua pelaku jual beli sudah baligh, tidak sah pelaku jual beli yang masih anak-anak
2. Al-Ma'qud alaih : barang yang diperjual belikan, ada 5 (lima) syarat barang yang boleh diperjualbelikan :
- a. barang itu suci
 - b. barang itu bermanfaat
 - c. barang mungkin dilakukan serah terima secara hissy atau syara'
 - d. barang itu milik si penjual
 - e. kedua orang yang melakukan aqad itu mengetahui barang tersebut, ukurannya, sifatnya dan segala sesuatu yang melekat sebagai ciri-ciri barang itu
3. Lafazh : alijab wal qabul (ucapan serah terima), sebagai bukti bahwa jual beli itu atas dalakukan atas dasar suka sama suka⁴²

Berdasarkan paparan yang berkaitan dengan rukun jual beli tersebut di atas jelaslah bahwa semua pelaksanaan suatu transaksi itu keabsahannya sangat tergantung kepada para subjek dalam jual beli tersebut khususnya bagi si penjual.

⁴² Lihat Penjelasannya lebih luas lagi dalam Kitab Al-Mu'minul Mubiin dari halaman 7-14, Abdul Hamid Hakim, 1975, *Al-Mu'minul Mubiin*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1975, hal. 7 - 14



BAB III

PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999

A. Hal-hal Yang Diatur Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999

Adapun hal-hal yang signifikan diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 ini meliputi :

1. Hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha
2. Perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha
3. Ketentuan pencantuman klausula baku
4. Tanggung jawab pelaku usaha
5. Pembinaan dan pengawasan oleh pemerintah
6. Badan Perlindungan Konsumen Nasional
7. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat
8. Penyelesaian Sengketa
9. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen

Semua hal yang diatur oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen, pada dasarnya terdiri dari 2 (dua) hal berupa perintah (*verbod*) dan larangan (*gebod*), pelaku usaha dibolehkan mencari keuntungan sepanjang tidak merugikan konsumen, jika pelaku usaha atau produsen telah merugikan konsumen karena melakukan perbuatan yang dilarang dalam usahanya, maka ia harus mempertanggung jawabkannya. Demikian juga dengan *klausula baku*, sah-sah saja dilakukan jika tidak merugikan konsumen dan tidak bertentangan dengan

ketertiban umum, susila, norma dan pranata-pranata penting lainnya. Menurut Thabary :

Sesungguhnya Allah telah mewajibkan kamu berusaha, maka berusahalah⁴³ Tetapi sepanjang tidak merugikan hak-hak orang lain dan tidak melakukan durhama kepada sang pencipta adanya.

Dalam hubungan antara konsumen dan produsen pada dasarnya secara yuridis dan sosiologis adalah bebas, namun sering dalam kenyataan sehari-hari yang terjadi adalah justru sebaliknya, sering menimbulkan ketergantungan konsumen di satu sisi dan ketidak berdayaan konsumen dalam menghadapi pelaku usaha yang sering belaku sebagai mafia, sehingga secara sosiologis para konsumen perlu mendapatkan perhatian khusus berupa *perlindungan kualitas barang dan jasa yang dikonsumsi dan jaminan keselamatan konsumen dalam mempergunakannya serta menjamin harga yang stabil.*

Pada esensinya dengan adanya perlindungan konsumen ini, akan dapat dijadikan sebagai *insentif* bagi aktifitas ekonomi sebagai mana dinyatakan sebagai berikut :

Incentive for economic activity. This point came under considerable review, particularly as a touched directly upon the idea of Indonesian humanism⁴⁴

⁴³ Abdullah Syah, *Usaha-usaha Yang Baik/Afdhal Dalam Pandangan Islam*, MUI – SUMUT, Medan, 2002, hal. 1

⁴⁴ Mubyarto, 1985, *Pancasila Economic System its Feature and Conceptual Basic*, University, Press, Jakarta, hal. 7

B. Bidang-Bidang Perlindungan Konsumen Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999

Bahwa sesuai dengan hal-hal yang diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyangkut hubungan antara konsumen dan pelaku usaha, maka dapat dikemukakan bidang-bidang yang menjadi perlindungan konsumen, yaitu :

1. Tindakan yang dilarang bagi produsen untuk memproduksi atau menawarkan atau menjual barang atau jasa karena mengandung tipuan seperti :
 - a. larangan memproduksi atau memperdagangkan barang yang tidak memenuhi standar yang ditetapkan undang-undang, tidak sesuai dengan netto dan sebagainya
 - b. larangan menjual/menawarkan sesuatu dengan pernyataan yang tidak benar
 - c. larangan menjual/menawarkan sesuatu secara global/lelang untuk mengelabui konsumen dengan berbagai cara yang tidak halal
 - d. larangan menjual/menawarkan sesuatu dengan janji-janji pemberian hadiah maupun janji hadiah dengan cara diundi dan sebagainya
 - e. larangan menjual/menawarkan sesuatu yang tidak sesuai dengan apa yang dipromosikan, ditawarkan atau diiklankan⁴⁵
2. Menyangkut semacam perjanjian berupa klausula baku yang bertentangan dengan undang-undang yang tidak dapat dibaca secara jelas, yang isinya

⁴⁵ Lihat Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 8 - 17

antara lain menolak dikembalikannya barang yang sudah dibeli oleh konsumen dan sebagainya⁴⁶

3. Tanggung jawab pelaku usaha seperti pelaku usaha bertanggung jawab memberi ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Selain itu seperti pelaku usaha periklanan bertanggung jawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut. Kemudian bagi importir barang bertanggung jawab sebagai pembuat barang yang diimpor apabila impor barang tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan produsen luar negeri⁴⁷
4. Adanya tanggung jawab pemerintah seperti melakukan *pembinaan* penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajiban konsumen dan pelaku usaha, serta *pengawasan* terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen serta penerapan ketentuan peraturan perundang-undangannya diselenggarakan oleh pemerintah, masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat⁴⁸

⁴⁶ Lihat Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 18

⁴⁷ Lihat Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 19 – 28

⁴⁸ Lihat Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 28 – 30

5. Diaturnya Badan Perlindungan Konsumen Nasional yang berfungsi memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen di Indonesia⁴⁹
6. Adanya pengakuan dan pemberian kesempatan kepada lembaga Swadaya Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat untuk berperan aktif dalam perlindungan konsumen seperti berperan aktif dalam menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam dalam mengkonsumsi barang dan atau jasa⁵⁰
7. Diaturnya penyelesaian sengketa dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen di Daerah Tingkat II yang berfungsi menyelesaikan sengketa konsumen di luar pengadilan⁵¹

C. Kegunaan Perlindungan Konsumen Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999

Dengan munculnya bermacam ragam hasil industri baik berupa barang ataupun jasa yang dapat dikonsumsi. Selain itu globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi dan informatika yang telah memperluas ruang gerak arus transaksi yang melewati batas-batas negara, sehingga pembatasan dari teritorial suatu negara seolah-olah tidak ada lagi jika dilihat dari perdagangan yang semakin bebas dewasa ini.

⁴⁹ Lihat Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 31 – 43

⁵⁰ Lihat Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 44

⁵¹ Lihat Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 45 – 58

Keadaan seperti ini di satu sisi amat menguntungkan bagi konsumen, karena kebutuhan konsumen terhadap barang dan/atau jasa yang diinginkan dapat terpenuhi serta semakin meluasnya kesempatan untuk memilih aneka jenis dan kualitas barang dan/atau jasa yang sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen.

Namun di sisi lain, kondisi dan fenomena tersebut di atas dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang dan konsumen berada pada posisi yang lemah. Konsumen sering menjadi sasaran dan landasan empuk para pelaku usaha melalui taktik dan metode promosi, cara penjualan serta penerapan perjanjian standar yang merugikan konsumen. Selain konsumen hak-haknya tersebut, sebagai balance undang-undang dimaksud secara tegas juga mewajibkan konsumen untuk mengikuti prosedur dan petunjuk informasi agar mendapatkan jaminan keamanan dan keselamatan di dalam memanfaatkan/mengonsumsi barang dan/atau jasa.⁵²

Penyebab utama kelemahan konsumen adalah tingkat kesadaran konsumen akan haknya masih rendah, tingkat kesadaran konsumen yang rendah itu disebabkan karena minimnya pengetahuan konsumen baik terhadap barang/jasa yang dikonsumsinya, maupun terhadap ketentuan yang melindungi hak-haknya sebagai konsumen.

Padahal saat ini Indonesia telah memiliki Undang-Undang Perlindungan Konsumen atau Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999, di mana undang-undang ini pada saat ini bertujuan untuk mmeberikan perlindungan kepada konsumen

⁵² Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia – Medan, 2003, *Upaya-upaya Perlindungan Terhadap Konsumen*, YLKI – Medan – MUI – SUMUT, Medan, hal. 9

5. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha
6. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen⁵⁵

Jika para konsumen itu benar-benar dilindungi oleh para pelaku usaha sekurang-kurangnya ada 3 (tiga) kegunaan utama, yaitu :

1. Bagi Konsumen

Jika konsumen itu mendapat perlindungan dari produsen atau pelaku usaha pada umumnya, tentunya konsumen dapat melakukan permintaan yang besar terhadap barang atau pun jasa, jika harga dibuat stabil, konsumen merasa puas dengan produk berupa barang atau jasa jika produsen atau pelaku usaha mengutamakan kualitas produk yang dijualnya, tentu saja hal itu akan merangsang kekuatan penjualan perusahaan. Selanjutnya konsumen tidak akan berpindah kepada produsen lainnya dalam rangka memenuhi kebutuhannya

2. Bagi Produsen

Secara logika jika transaksi yang dilakukan antara penjual dan pembeli, tidak pernah merugikan pembeli, di mana pembeli merasa beruntung dalam pembelian barang maupun dalam penggunaan jasa yang diberikan pengusaha, Tentu saja akan terjadi apa yang disebut dengan “promosi konsumen”, di mana para konsumen akan bercerita kepada anggota keluarga, teman-teman,

⁵⁵ Baca, Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang *Perlindungan Konsumen*, Pasal, 45 – 3

BAB IV

PERBANDINGAN ANTARA HUKUM ISLAM DAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 MENGENAI PERLINDUNGAN KONSUMEN

A. Persamaan Konsep Perlindungan Konsumen Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999

Ada beberapa titik persamaan masalah pandangan antara Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 dan Hukum Islam tentang Perlindungan Konsumen, yaitu :

1. *Asas dan Tujuan*

Menyangkut asas pada Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 disebutkan bahwa : Perlindungan konsumen itu berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keagamaan dan keselamatan konsumen serta kepastian hukum⁵⁷ Demikian pula halnya dalam ketentuan hukum Islam bahwa Islam itu memerintahkan agar manusia berbuat adil, antara lain pada salah satu ayat Al-Qur'an tentang tuntutan bagi para pelaku usaha untuk berbuat adil setelah terlebih dahulu dia menyerukan untuk menyempurnakan sukatan dan timbangan, hal ini sebagai peringatan bagi para pedagang di akhir ayat disebutkan : sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat adil (*innallaha yuhibbul muqsithin*), Islam juga mengenal asas manfaat karenanya dalam jual beli tidak diperkenankan atau dilarang melakukan jual beli yang tidak ada manfaatnya, begitu juga dalam Islam dikenal adanya asas *tawazun* (kesimbangan), pedagang boleh mencari keuntungan (*ribhun, profiti*) tetapi

⁵⁷ Baca, Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang *Perlindungan Konsumen*, Pasal 45 - 2

juga jangan sampai mengorbankan hak-hak konsumennya, dasar keamanan akan muncul jika para pedagang tetap amanah dalam menawarkan dagangannya, keselamatan konsumen akan tetap terpelihara jika pedagang itu jujur dan dasar kepastian hukum pun ada dalam Islam dengan ancaman bahwa pedagang yang tidak jujur akan dihukum dengan tidak berkahnya *income* yang diperolehnya (sebagai hukuman langsung di dunia) dan akan dihukum pula di akhirat di depan hakim sebagai pemberi putusan yang *ahkamul hakimin* (hakim yang seadil-adilnya). Bahwa perlindungan konsumen bertujuan :

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen
4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi
5. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha

6. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen⁵⁸

Semua tujuan perlindungan konsumen di atas sangat sinkron dan tidak ada bertentangan dengan ajaran Islam.

2. *Hak dan Kewajiban*

Hubungan antara pelaku usaha dan konsumen merupakan hubungan yang bertimbang balik, saling membutuhkan dan saling menguntungkan. Jika pada penjual ada penawaran sebaliknya pada pembeli ada permintaan, karena itu baik menurut Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 maupun menurut hukum Islam bahwa hak dan kewajiban antara kedua pihak harus diperoleh dan dipenuhi secara sebanding dan adil

3. *Larangan Bagi Pelaku Usaha*

Hakekatnya setiap pelaku usaha atau pedagang dibolehkan menawarkan barang atau jasa kepada siapapun sepanjang tidak merugikan konsumen atau pelanggannya dan tidak melanggar ketentuan yang berlaku, karena itu baik menurut Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 maupun hukum Islam produsen, pelaku usaha, pedagang baik perorangan maupun badan hukum dilarang melakukan tindakan yang merugikan konsumen dalam mengelola usaha atau menjualkan barang atau jasa yang diprodukannya, seperti dilarangnya menjual barang yang tidak jelas, barang yang tidak bermanfaat dan sebagainya

⁵⁸ Baca, Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang *Perlindungan Konsumen*, Pasal 45 – 3

4. Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Baik menurut Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 maupun menurut hukum Islam bahwa pelaku usaha wajib bertanggung jawab untuk melindungi konsumen harus dilindungi dan jika ia lalai sehingga konsumen mengalami kerugian, maka pelaku usaha wajib bertanggung jawab untuk kerugian tersebut. Dalam Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 Pasal 19 (1) dinyatakan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Sedangkan dalam hukum Islam seorang pelaku usaha yang merugikan pelanggannya juga harus mengganti kerugian itu, karena Nabi Muhammad SAW telah memperingatkan dengan katanya : *La dharara wa la dhirara*, bahwa dalam segala kita boleh melakukan perbuatan aniaya ataupun teraniaya⁵⁹

5. Pembinaan dan Pengawasan

Dalam masalah pembinaan, dalam Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 antara lain dalam Pasal 29 (1) disebutkan : Pemerintah bertanggung jawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha. Sedangkan dalam masalah pengawasan antara lain disebutkan pula dalam Pasal 30 (1) : pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen serta penerapan ketentuan peraturan perundang-undangannya diselenggarakan oleh pemerintah, masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat. Hal ini

⁵⁹ Yahya bin Syarifuddin An Nawawy, *Matnul Arba'in An Nawawiyah*, Al Islamiyah, Medan, 1979, hal. 25

menunjukkan betapa pentingnya pelaksanaan pembinaan dan pengawasan itu. Dalam masalah pembinaan dan pengawasan ini menurut Islam memang harus ada keikutsertaan ataupun intervensi pemerintah agar terdapat dan terealisasinya dasar-dasar keadilan, kepastian dan kemanfaatan, sebagaimana Rasulullah SAW bersabda : saya adalah orang yang ketiga dari orang yang mengadakan perikatan.⁶⁰ Apalagi tingkat keimanan setiap orang selalu terjadi turun naik (*berfluktuasi*) dan di sisi lain adanya peluang yang besar bagi setiap pelaku usaha untuk melakukan pengelabuan terhadap para pembeli, maka dalam hal ini perlu kepada peringatan yang tegas dari pemerintah

6. Sengketa Konsumen Versus Produsen

Bukan merupakan hal mustahil dari sekian banyak konsumen yang sering dikelabui oleh produsen atau pelaku usaha, ada juga konsumen yang jitu dan memahami terhadap pengelabuan yang dilakukan oleh produsen dan untuk konsumen yang demikian baru akan mendapatkan haknya, seolah-olah apa yang diatur oleh undang-undang konsumen ini hanya berupa delik aduan. Dalam hal ini baik menurut Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 ataupun hukum Islam sengketa yang terjadi antara produsen dan konsumen harus diselesaikan, baik melalui jalur *litigasi* maupun *non litigasi*, karena baik Undang-Undang Perlindungan Konsumen maupun Hukum Islam sama-sama mengenal penyelesaian sengketa melalui jalur litigasi dan non litigasi.

Pada esensinya dengan adanya perlindungan konsumen, dapat dikatakan sebagai insentif bagi aktifitas ekonomi sebagaimana dinyatakan berikut ini :

⁶⁰ Mustafa Muhammad Imarah, *Jawahirul Buchari*, Al Qonaah, Bandung, hal. 235

*Incentives for economic activity, this point came under considerable review, particularly as it touched directly upon the idea of Indonesian humanism.*⁶¹

B. Perbedaan Konsep Perlindungan Konsumen Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 13 Tahun 1999

Selanjutnya ada pula beberapa perbedaan pandangan antara Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 dan Hukum Islam tentang Perlindungan Kosumen, yaitu :

1. Asas dan Tujuan

Menurut penjelasan Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 bahwa Perlindungan Konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional, yaitu :

1. Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamankan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan
2. Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil

⁶¹ Mubyarto, 1985, *Pancasila Economic System, Its Feature and Conceptual Basic*, Gadjah Mada University, Press, Jakarta, hal. 7



3. Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah dalam arti materil maupun spritual
4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan
5. Asas kepastian hukum dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati ihukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum

Sedangkan dalam hukum Islam, bila ditelusuri secara seksama juga terdapat asas-asas sebagaimana tersebut di atas, sebagai berikut :

1. Asas manfaat, dalam jual beli, bahwa jual beli itu sah dilaksanakan jika ada manfaatnya, tidak sah dilakukan jual beli jika tidak ada manfaatnya, di samping manfaat bahwa benda atau jasa yang diperdagangkan itu harus suci
2. Asas keadilan, adil dalam ajaran Islam adalah menempatkan sesuatu pada tempatnya, adil dalam melakukan jual beli yaitu masing-masing pihak tidak memaksakan kehendaknya
3. Asas keseimbangan dalam Islam, bahwa Islam tidak pernah membedakan antara konsumen dan produsen, namun karena yang paling mungkin dan/atau paling sering melakukan kesalahan dalam suatu transaksi jual beli

adalah para pelaku usaha atau penjual, maka berkali-kali Tuhan memperingatkan para pelaku usaha atau kaum pedagang untuk menyempurnakan timbangannya

4. Asas keamanan dan keselamatan, bahwa untuk keamanan dan keselamatan konsumen atau pembeli dalam Islam dikenal adanya istilah khiar, yang terdiri dari khiar majelis, khiar aibi dan khiar syarhi, pada khiar majelis 2 (dua) orang yang melakukan transaksi jual beli boleh membatalkan jual beli itu sepanjang masih berada di pasar atau di itempat jual beli itu, pada khiar aibi memungkinkan bagi 2 (dua) orang yang berjual beli untuk membatalkan jual belinya atau si pembeli bisa mengembalikan barang yang dibelinya kepada penjual jika terdapat cacat asal pada barang itu, dan khiar syarhi memungkinkan bagi penjual dan pembeli untuk membatalkan jual beli jika mereka telah membuat suatu kriteria tertentu untuk pembatalan jual beli itu
5. Asas kepastian hukum, semua transaksi harus dilakukan secara terang dan jelas juga dalam Islam agar terjadi kepastian hukum

Jadi berdasarkan asas-asas tersebut di atas di mana terlihat makna-makna asas tersebut lebih cakupannya dalam hukum Islam. Berkaitan dengan asas-asas tersebut di atas, maka ajaran Islam bertujuan untuk melindungi konsumen melalui:

1. Dilarangnya jual beli yang bukan miliknya, karena akan terjadi penipuan (*fraud*)

2. Dilarangnya orang kota menjemput komoditi orang-orang desa atau mencegatnya di tengah jalan, karena bisa dikhawatirkan akan terjadi monopoli
3. Dilarang menjual barang yang tidak jelas seperti menjual ikan yang masih berada dalam air, menjual burung yang masih berada di udara, menjual tanah yang tidak diketahui tempatnya dan ukurannya, karena tidak mengandung nilai kepastian hukum
4. Dilarangnya menjual kotoran dan benda yang tidak suci karena dikhawatirkan tidak ada manfaatnya

Inilah perbedaan antara Undang-Undang Konsumen dengan Hukum Islam dalam masalah perlindungan konsumen, khusus yang menyangkut asas dan tujuan.

2. Hak dan Kewajiban Konsumen dan Produsen

Menyangkut hak konsumen diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 antara lain : hak konsumen adalah hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa. Islam juga memandang hal sama dengan hal ini.

Menyangkut kewajiban konsumen antara lain : kewajiban konsumen adalah membaca petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan. Sedangkan dalam ajaran Islam sudah sangat lama memerintahkan *umma* manusia untuk membaca, agar manusia tidak *taqlid* buta alias sebagai bak turut belaka.

Menyangkut hak pelaku usaha disebutkan pada Pasal 6 antara lain disebutkan: hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen. Dalam Islam siapapun yang dizhalimi orang lain boleh baginya melakukan pembelaan diri, dengan jelas mengemukakan alat bukti atau bersumpah.

Sedangkan kewajiban pelaku usaha disebutkan pada Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen antara lain : beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya. Dalam Islam bukan hanya dalam berdagang orang dituntut beritikad baik, tetapi termasuk dalam beribadah pun yang tidak ada hubungan dengan hak anak adam, kita dituntut untuk beritikad baik, karena pada prinsipnya segala perbuatan yang tidak disertai dengan itikad baik akan menjadi sia-sia belaka, jika perbuatan itu merupakan ibadah akan menjadi ria tanpa memperoleh pahala.

3. *Larangan Para Pelaku Usaha*

Hakekat pelarangan menyangkut pelaksanaan usaha yang tidak benar dan merugikan konsumen baik berupa pengelabuan dan sebagainya, menurut Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 karena merugikan konsumen, dengan kata lain walaupun telah terjadi penipuan terhadap konsumen, tetapi karena konsumen tidak merasa dirugikan atau konsumen telah pasrah menerima pada apa adanya dianggap tidak terjadi pelanggaran hukum dan pelaku usaha tidak perlu diadili, berbeda dengan hukum Islam yang memandang setiap tindakan

manusia termasuk berusaha adalah dapat bernilai ibadah, maka tiap tindakan yang merugikan orang lain sampai kapanpun perlu diusut sampai tuntas.

4. *Pencantuman Klausula Baku*

Masalah klausula baku ini terdapat dalam Pasal 18 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999, karena Undang-Undang Perlindungan Konsumen merupakan cabang daripada hukum perdata maka klausula baku yang dibuat oleh pelaku ushaa harus sesuai dengan syarat-syarat perjanjian yang terdapat dalam Pasal 1320 :

- a. kesepakatan kedua belah pihak
- b. kemampuan atau kecakapan melakukan perbuatan hukum
- c. adanya pekerjaan yang diperjanjian
- d. pekerjaan yang diperjanjikan tidak bertentangan dengan ketertiban umum, kesusilaan dan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Pada prinsipnya klausula baku yang dianut Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 ini tidak boleh jika merugikan konsumen, sebaliknya klausula baku ini boleh jika tidak merugikan konsumen, klausula baku yang dibuat dapat terbaca dengan mata yang normal. Dalam pembuatan klausula baku yang dibuat pelaku usaha tidak bertentangan dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini. Klausula baku ini muncul karena dalam hukum perdata memang sering dikenal adanya perjanjian bersegi satu, di samping yang seharusnya adalah perjanjian yang bersegi dua. Persoalan klausula baku ini memang masih searah dengan pernyataan Al-Qur'an yang berbunyi apabila

kamu melakukan suatu transaksi sampai kepada waktu tertentu maka cacatlah olehmu akannya.

Namun dalam ajaran Islam klausula baku ini tidak dikenal, yang dikenal dalam perjanjian berdasarkan pada hasil musyawarah dengan firman-Nya yang artinya bermusyawarahlah dalam suatu urusan (*wasyawirhum fil amri*). Dari hasil musyawarah itulah yang dapat dijadikan sebagai klausula dalam perjanjian atau dari hasil tawar menawar dalam musyawarah itulah yang dijadikan sebagai penetapan harga dan terjadinya transaksi serta peralihan kepemilikan atas barang. Dalam Islam asas musyawarah untuk mencapai suatu kesepakatan dalam segala persoalan, sehingga masalah dapat diselesaikan dengan tanpa masalah.

5. *Tanggung Jawab Pelaku Usaha*

Dalam Pasal 19 (1) disebutkan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan

6. *Pembinaan dan Pengawasan*

Menurut Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 bahwa pembinaan dan pengawasan terhadap perlindungan konsumen itu dilakukan oleh pemerintah, jadi sudah tentu sebagai pelaksananya yaitu pemerintah, sedangkan menurut hukum Islam siapa saja boleh melakukan pembinaan dan pengawasan

sepanjang ia cakap untuk itu, siapa saja bertanggung jawab untuk memperingatkan produsen atau pelaku usaha yang tidak jujur bahkan termasuk pula dalam memperingatkan para konsumen yang mempunyai itikad tidak baik atau memberikan informasi kepada pengusaha agar tidak tersalah dalam menawarkan barang atau jasa yang ditawarkannya atau memberikan informasi kepada para pembeli untuk berhati-hati dalam membeli barang-barang, semua itu bukan tanggung jawab pemerintah saja melainkan tanggung jawab kita semua

7. *Sengketa Konsumen Versus Produsen*

Sebagaimana disebutkan di atas bahwa konsumen yang cerdas yang memahami terhadap hak-haknya yang telah dirugikan oleh produsen dan untuk konsumen yang demikian mungkin akan mendapatkan haknya namun akan terjadi sengketa antara kedua pihak. Dalam penyelesaian hal ini menurut Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 dapat diselesaikan melalui jalur litigasi yang diselesaikan oleh Hakim sedangkan dalam Islam diselesaikan oleh Qadhi, selain itu juga diselesaikan melalui jalur non litigasi atau *ADR (Alternative Disputes Resolution)* melalui negosiasi atau arbitrase, sedangkan dalam Islam diselesaikan melalui musyawarah atau hakam.

Undang-undang (hukum) dibuat dengan tujuan atas atas sebab-sebab tertentu. Undang-undang bertindak sebagai pelindung yang menyediakan suatu jaminan untuk keselamatan sosial dan ketenteraman awam.⁶²

C. Solusi Perlindungan Konsumen

Setelah membahas tentang perlindungan konsumen dari 2 (dua) aspek hukum yang berbeda nyata ada pokok persamaan yang harus ditegakkan bahwa konsumen memang harus dilindungi. Untuk perwujudan dalam suatu perlindungan konsumen tersebut penulis mencoba mengungkapkan langkah dan tawaran sebagai berikut :

1. Hal-hal yang harus diperhatikan oleh konsumen secara mandiri, seperti :
 - a. meneliti sebelum membeli barang atau menggunakan jasa, dengan cara mempertanyakannya secara teliti kepada pelaku usaha, apakah barang itu belum kadaluarsa, apakah barang atau alat yang ditawarkan itu steril atau tidak dan sebagainya
 - b. membaca informasi atau meminta brosur petunjuk yang berkaitan dengan barang atau jasa yang ditawarkan tentang komposisi, kesesuaian berat bersihnya, label halalnya (bagi umat Islam), meminta kartu garansi bagi barang-barang elektronik, kendaraan bermotor dan sebagainya
 - c. meminta bukti/tanda pembelian barang atau pembayaran jasa berupa kwitansi, tiket, karcis dan sejenisnya, sehingga transaksi menjadi terang dan jelas dan menyimpan bukti pembelian/pembayaran tersebut, yang

⁶² Prof. Madya Shamsuddin Suhor, dkk, 2004, *Sistem Perundangan Malaysia*, Seminar Perbandingan Malaysia – Indonesia (UKM – USU), hal. 21

dapat digunakan sebagai alat bukti untuk mengadakan atau menggugat pelaku usaha, jika dalam transaksi itu terjadi penipuan dan masalah lainnya

- d. selanjutnya konsumen harus peduli untuk menuntut hak-hak jika dirugikan oleh para pelaku usaha dalam waktu yang tidak terlalu lama, jika tidak segera menuntut atau mengadakan hal tersebut mungkin saja konsumen akan kehilangan haknya
2. Penyebarluasan informasi segala sesuatu yang berkaitan dengan akan munculnya kerugian bagi konsumen seperti ipengadaan brosur, mengadakan sosialisasi-sosialisasi dan memberitakannya melalui media massa, memberikan nasehat, konsultasi kepada konsumen dan jika telah terjadi kerugian aparat pemerintah atau Lembaga Perlindungan Konsumen atau Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen berupaya mengusut dan menyelesaikan permasalahannya sesuai dengan apa yang diatur oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen
 3. Dukungan pemerintah, pemerintah harus memberikan dukungan sepenuhnya terhadap perlindungan konsumen seperti :
 - a. mengawasi, mengamati, meneliti dan meguji terhadap setiap barang dan jasa yang akan diedarkan setiap saat dan secara mendadak ke tempat-tempat pelakuusaha, pedagang atau produsen pada umumnya, tanpa pemberitahuan lebih dahulu, petugas harus membuat jadwal secara rahasia
 - b. mengadakan kursus-kursus, filat tatau penataran secara intensif tentang pentingnya Perlindungan Konsumen seperti di kampus-kampus, sekolah-

sekolah, balai-balai desa dan terutama sekali bagi masyarakat awam pada umumnya, secara berkala baik pada saat Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 ini masih berlaku, maupun sampai ketika undang-undang ini telah dicabut atau tidak diberlakukan lagi, karena yang penting adalah “sosialisasi perlindungan konsumen itu”.

4. Pelaku usaha, pelaku usaha adalah sebagai ujung tombak terjadinya perlindungan konsumen, sejele apapun konsumen dalam membeli barang, pasti lebih paham lagi si pelaku usaha terhadap barang ataupun jasa yang ditawarkannya menyangkut kelemahan-kelemahan atau bahaya-bahaya pada produk yang ditawarkannya, secanggih apapun informasi yang disebarluaskan, namun yang paling akurat adalah informasi yang datangnya dari kejujuran sang pelaku usaha sendiri yang membuat terlindungi para konsumen dari kerugian dan bahaya, dan sehebat apapun dukungan pemerintah semua itu selalu dibatasi oleh waktu, tenaga, biaya dan pikiran yang membuat lemahnya pembinaan dan pengawasan apalagi operasi pasar, maka para pelaku usaha sendirilah yang layak melakukan perlindungan terhadap konsumennya, walaupun tanpa mendapat pembinaan, pengawasan dan teguran dari aparat pemerintah.

Sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia Medan sebagai berikut :

Sebagai konsekuensi dari adanya hak-hak konsumen tersebut maka untuk memenuhi keamanan dan keselamatan konsumen kepada pelaku usaha dibebankan kewajiban untuk memproduksi/memperdagangkan barang dan/atau jasa sesuai dengan standar mutu yang ditetapkan, beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, memberikan informasi secara benar,

jujur, jelas dan tidak menyesatkan serta tidak diskriminatif dalam melakukan pelayanan terhadap konsumen manapun⁶³

Dalam hal ini penulis juga ingin mengingatkan bahwa perlindungan konsumen dalam hal modal ventura belum terlihat bagaimana perlindungan hukumnya, secara singkat kemitraan usaha lewat modal ventura dapat disebutkan dengan terminologi sederhana sebagai kemitraan usaha antara yang kuat dengan yang lemah.⁶⁴

Demikian sebagai tawaran yang dapat penulis lontarkan melalui tulisan yang ringkas dan sederhana ini.



⁶³ Yayasan lembaga Konsumen Indonesia – Medan, 2003, *Upaya-upaya Perlindungan Terhadap Konsumen*, YLKI – Medan – MUI – SUMUT, Medan, hal. 10

⁶⁴ KPHN Hoedhiono Kadarisman, 1995, *Modal ventura Alternatif Pembiayaan Usaha Masa Depan*, IBEC, Jakarta, hal. 5

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian demi uraian yang telah penulis kemukakan di atas, maka berikut ini dapatlah dipetik beberapa mutiara kesimpulan yang penting, yaitu :

1. Bahwa perlindungan konsumen menurut pandangan Islam memiliki pandangan yang lebih jauh ke depan di mana perlindungan bukan hanya sepihak ditujukan kepada konsumen melainkan kepada semua, pihak, karena dalam hubungan antara produsen dan konsumen itu pada prinsipnya adalah terdapat *take and give* berupa tolong menolong dalam kebaikan yang didasari oleh hubungan kasih sayang antara sesama manusia, yang harus saling menyadari bahwa bermsaa kesulitan itu ada kemudahan jia manusia mau melakukan kerjasama yang baik (*goed samen werken*) dalam rangka menegakkan keadilan (*justice*) ganda yang hakiki meliputi keadilan duniawi dan ukhrawi
2. Bahwa perlindungan terhadap konsumen secara fakta tidak ada, yang ada hanya hukum perlindungan konsumen dengan berbagai stelsel hukum lainnya, sebab tidak adanya *law inforcement*, penegakkan hukum dari semua sistem hukum yang ada, semua hal yang tertera dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen hanya dalam angan-angan atau dalam cita-cita belaka atau dinamakan dengan *law just in dream or law just in goal*. Hal ini terjadi karena

posisi tawar konsumen yang lemah dan rendah menyebabkan konsumen terus-menerus mengalami musibah kerugian di segala bidang. Konsumen harus kritis terhadap pengabdian hak-hak mereka yang kadang-kadang harus berhadapan dengan gugatan atau tuntutan balik pencemaran nama baik

3. Bahwa persamaan antara Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 dengan Hukum Islam padaq intinya bahwa konsumen harus dilindungi dalam keadaan bagaimanapun dan dalam hal apapun, sedangkan perbedaan antara Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 dengan Hukum Islam dalam pengaturan masalah perlindungan konsumen, dalam Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 dimungkinkan (ada kemungkjnan besar) bagi seorang konsumen untuk terus menerus ditipu oleh pelaku usaha, karena pembinaan dan pengawasan dilakukan oleh pemerintah, sekiranya pemerintah tidak berpihak kepada konsumen maka konsumen terus menjadi korban, sedangkan dalam hukum Islam walaupun pandangannya lebih jauh ke depan juga tidak bisa melindungi konsumen karena memang sistem hukum itu belum berlaku dan juga masih merupakan cita-cita hukum bagi orang-orang yang mendambakan tegaknya keadilan di nusantara ini

Demikian sebagai kesimpulan yang dapat penulis kemukakan di penghujung karya ilmiah yang sederhana dan ringkas ini.

B. Saran

Kemudian sebagai mengakhiri tulisan ilmiah ini, penulis ingin pula mengemukakan saran-saran yang dianggap perlu, yaitu :

1. Khusus bagi para pedagang yang beragama Islam hendaknya betul-betul melayani konsumen dengan prinsip tolong menolong (dengan adanya konsumen atau pelanggan, ia merasa tertolong, sekaligus bisa menolong orang lain), menghubungkan kasih sayang antara sesama manusia, secara timbal balik (ada keuntungan dibalik keuntungan, karena ia menghargai konsumen, makak konsumen pun mendukung usahanya, sehingga kesulitan demi kesulitan dapat di atasi bersama), pedagang jujur pasti mujur dan tidak akan pernah terbujur, dan ia yakin dengan prinsipp itu, hal itu dilakukannya karena ia ingin menjunjung tinggi rasa keadilan (bukan karena takut kalah akan diadili oleh hakim yang seadil-adilnya, tetapi cintanya kepada keadilan yang dimulai oleh dirinya sendiri dengan sedaya mampunya)
2. Bahwa pelaku usaha, konsumen dan pemerintah harus sama-sama yakin dan percaya bahwa kelima asas yang terdapat dalam Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tersebut bisa dilaksanakan jika ada kerjasama yang baik disertai dengan keinginan yang kuat, karena sebagian besar pelaku usaha dan sebagian besar orang-orang yang jujur berada di pemerintahan pasti masih memiliki hati nurani yang jujur, tetapi karena teman-temannya atau pendukungnya tidak ada sehingga keinginan mereka menjadi terhempas kandas dan keinginan mereka tidak tercapai, sebenarnya sungguh besarkeinginan mereka untuk ditegakkannya kelima asas tersebut agar

dilindunginya para konsumen, terlebih-lebih para konsumen sendiri (dalam hal ini para konsumen harus selalu mengingatkan dan menggugat para pelaku usaha yang tidak jujur), hanya dengan adanya kerjasama yang terkoordinasi penegakkan hukum itu akan terjadi

3. Bahwa penulis tidak ingin menyatakan Hukum Islam itu lebih baik daripada Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 dalam hal perlindungan konsumen ini, melainkan yang menjadi harapan penulis, mari kita tegakkan kedua sistem hukum itu baik secara *privat* maupun secara *publik*, mari kita himbau pemerintah yang sering lupa atau lalai terhadap tugasnya sebagai pembina dan pengawas bagi para pelaku usaha dalam rangka perlindungan konsumen dan mari kita luruskan dengan tegas para pelaku usaha yang berbuat tidak jujur atau sering melakukan monopoli dan berbagai kejahatan bisnis lainnya, dan mari kita yakini bahwa bangsa Indonesia adalah bangsa yang bisa (masih ada harapan) menjadi bangsa yang baik dan jujur, karena itu yang paling penting pemerintah atau aparat yang diberi wewenang untuk melakukan operasi pasar haruslah handal jangan kewalahan dengan para pelaku usaha, aparat harus ahli atau paling tidak memiliki tim ahli dalam melakukan operasi pasar, serta tidak bersedia disogok atau disemir pelaku usaha, agar tindakan pengawasan dan operasi pasar yang dilakukan petugas tidak terjadi *arang habis besi binasa*, melainkan ada manfaatnya.

Demikian sebagai saran-saran yang dapat penulis ungkapkan di penghujung karya ilmiah ini, semoga besar manfaatnya bagi semua pihak.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Abbas, Hamdan, 1993, *Mu'amalah Maliyah Dalam Islam I*, MUI – SUMUT, Medan
-, 1994, *Mu'amalah Maliyah Dalam Islam II*, MUI – SUMUT, Medan
-, 1994, *Mu'amalah Maliyah Dalam Islam IV*, MUI – SUMUT, Medan
- Al Ghazali, Muhammad, *Khuluqul – Muslim*, Wicaksana, Semarang
- An Nawawy, Yahya bin Syarifuddin, 1979, *Matnul Arba'in An Nawawiyah*, Al Islamiyah, Medan
- Consumers Law Protection
- Bintang, Sanusi, Dahlan, 2000, *Pokok-pokok Hukum ekonomi dan Bisnis*, Citra Adityabakti, Bandung
- Hornby, AS., *Oxford Advanced Learner's Dictionary*, Oxford, University, Press, USA
- Hakim, Abdul Hamid, 1975, *Al-Mu'minul Mubiin*, Ghalia Indonesia, Jakarta
- Hakim, Hamid, Ahmad, *Al-Mu'minul Mubiin*, Jilid IV, Ghalia Indonesia, 1975
- Hanbal, bin Ahmad, Al Imran, *Musnad*, Jilid VI, Darul Fikri Al Araby, tt
- Kadarisman, KPHN Hoedhiono, 1995, *Modal Ventura Alternatif Pembiayaan Usaha Masa Depan*, IBEC, Jakarta
- Kahlani, Muhammad, Ibnu Ismail, Al Imam, *Subulussalam*, Dahlan, Bandung, tt
- Kancil, SCT., *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, 1986
- Kurdi, Ahmad, 1410 H, *Tafsir Al-Qur'an Al Karim*, Al-Jami'ah Al-Islamiyah bin Madinati Munawarah, Al-Mamlakatul 'Arabiyah As-Sau'diyah

- Lubis, Nur, A. Fadhil, *Ekonomi Islam di Tengah Gejolak Globalisasi Suatu Ulasan tentang Pemikiran dan Perkembangannya*, MUI – SUMUT, Medan, 1998
- Mubyarto, 1985, *Pancasila Economic System, Its Feature and Conceptual Basic*, Gadjah Mada, University, Press, Jakarta
- Nasution, M. Fachry, dkk., 1994, *Pengantar Ilmu Ekonomi*, FPIPS – IKIP, Medan
- Nuruddin, Amiur, 2002, *Keadilan Sosial Ekonomi Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, MUI – SUMUT, Medan
- Poerwadarminta, W. J. S., 1958, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Dinas Penerbitan Balai Pustaka, Jakarta
- Rasjid, Sulaiman, 1954, *Fiqh Islam*, Attahiriyah, Jakarta
- Rewoldt, S. H., J. D. Scott, M. R. Warshaw, 1991, *Strategi Promosi Pemasaran*, Rineka Cipta, Jakarta
- Rifai, M., Muhammad, *Kifyatul Akhyar* (terjemahan), Toha Putra, Semarang, 1978
- Shofie, Jusuf, 2000, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-instrumen Hukumnya*, Citra Adityabakti, Bandung
- Soepomo, Imam, 1968, *Pengantar Hukum Perburuhan*, Djambatan, Jakarta
- Suhor, Mayda Shamsuddin, dkk., 2004, *Sistem Perundangan Malaysia*, Seminar Perbandingan Malaysia – Indonesia (UKM – USU), Medan
- Sunggono, Bambang, 1996, *Metodologi Penelitian Hukum*, Raja Grafindo, Persada, Jakarta
- Suparmi, Niniek, 1992, *Pelestarian Pengelolaan dan Penegakkan Hukum Lingkungan*, Sinar Grafika, Jakarta
- Syah, Abdullah, *Harta Menurut Al-Qur'an dan Kaitannya dengan Pengentasan Kemiskinan*, MUI – SUMUT, Medan
- Syah, Abdullah, 2002, *Usaha-usaha yang Baik/Afdhal Dalam Pandangan Islam*, MUI – SUMUT, Medan
- Wahyu, Muhammad, MAsduki, 1987, *Petunjuk Praktis Membuat Skripsi*, Usaha Nasional, Surabaya

Waluyo, Bambang, 1991, *Penelitian Hukum Dalam Praktek*, Sinar Grafika, Jakarta

B. AL-QUR'AN DAN KAMUS

Departemen Agama RI., 1971, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Penafsir Al-Qur'an Intermasa, Jakarta

Departemen Agama RI., 1971, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Proyek Pengadaan Kitab Suci Al-Qur'an Depag RI, Jakarta, 1985

Departemen Agama RI., 1971, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Gema Risalah, Press, Bandung

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI., 1988, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai

Departemen Pendidikan Nasional RI., 2003, *Ensiklopedi Islam*, Ikhtiar Baru van Hoeve, Jakarta

C. Undang-Undang

Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Sinar Grafika, Jakarta

Pustaka, Jakarta

Undang-Undang Nomor 13 tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan, Fokus Media, Bandung