

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis di era globalisasi sekarang ini, tuntutan masyarakat yaitu menginginkan bisnis yang bermoral dan memenuhi tanggung jawab sosialnya. Hal ini berarti bahwa keputusan-keputusan bisnis yang diambil dapat dipertanggungjawabkan terhadap kepentingan masyarakat/konsumen akan bisnis yang bermoral. Bagi para pelaku bisnis memang lebih mudah untuk memikirkan keuntungan daripada mempertimbangkan nilai-nilai moral.¹

Konsumen yang keberadaannya sangat tidak terbatas dengan strata yang sangat bervariasi menyebabkan produsen melakukan kegiatan pemasaran dan distribusi produk barang dan/atau jasa dengan cara seefektif mungkin agar dapat mencapai konsumen yang sangat majemuk tersebut. Untuk itu semua cara pendekatan diupayakan sehingga mungkin menimbulkan berbagai dampak, termasuk keadaan yang menjurus pada tindakan yang bersifat negatif bahkan tidak terpuji yang berawal dari itikad buruk. Dampak buruk yang lazim terjadi antara lain menyangkut kualitas, atau mutu barang, informasi yang tidak jelas bahkan menyesatkan, pemalsuan dan sebagainya.

Keprihatinan akan banyaknya kasus yang merugikan konsumen serta didukung oleh ketidakberdayaan konsumen dalam menuntut hak-haknya, maka

¹Satyanugraha Heru, *Etika Bisnis Prinsip dan Aplikasi*, (Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Trisakti, 2003),h.18

pemerintah menaruh kepedulian akan hal tersebut dengan upaya mewujudkan suatu peraturan yang mengatur dan terutama melindungi konsumen dari berbagai hal yang dapat menimbulkan kerugian bagi mereka. Hal ini dapat dilihat dengan keluarnya Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Pemerintah seharusnya memberikan keamanan yang cukup untuk melindungi penduduk dan memastikan kondisi yang layak untuk pertukaran barang dan/atau jasa.²

Peran yang penting lainnya adalah melakukan koreksi terhadap ketidakadilan dan kegagalan pasar yang merugikan masyarakat/konsumen.

Walaupun setelah lahirnya undang-undang perlindungan konsumen masih terbuka kemungkinan terbentuknya peraturan perundang-undangan yang membuat ketentuan yang melindungi konsumen, dimana hal ini semua sangat menguntungkan bagi pihak konsumen.

Standarisasi mutu produk merupakan standar untuk menjamin kesesuaian dari suatu proses dan produk (barang dan/atau jasa) terhadap kebutuhan atau persyaratan tertentu.

Perusahaan harus mengusahakan agar dalam transaksi dengan konsumen harus cukup informasi bagi konsumen dan bahwa perusahaan harus mengusahakan agar terjadi transaksi yang adil.³

²Satyanugraha Heru, *Etika Bisnis Prinsip dan Aplikasi*, ..., h.109

³Satyanugraha Heru, *Etika Bisnis Prinsip dan Aplikasi*, ..., h. 127

Persaingan usaha adalah baik jika dilakukan menurut cara-cara yang fair dan sesuai dengan sistem hukum yang berlaku. Dalam sistem ekonomi adanya persaingan usaha merupakan tanda diberikannya kebebasan seluas mungkin kepada semua pihak atau pelaku usaha untuk meningkatkan posisi aktivitas bisnisnya selaras dengan cara-cara bisnis yang diatur oleh atau tidak betentangan dengan ketentuan-ketentuan kegiatan bisnis yang ada.⁴

Walaupun konsumen sering dinyatakan sebagai raja, dalam kenyataan sebenarnya kekuasaannya sangat terbatas. Daya beli konsumen sering tidak mencukupi, sehingga tidak sanggup untuk merealisasi preferensi akan produk yang diinginkannya. Dengan demikian, apa yang dibeli oleh konsumen, belum tentu sama dengan apa yang diinginkannya, karena daya beli yang terbatas tersebut. Pengetahuan konsumen tentang barang dan/atau jasa yang ada di pasar seringkali tidak mencukupi untuk mengambil keputusan pembelian dengan tepat. Konsumen pada umumnya tidak memiliki keahlian ataupun waktu untuk secara seksama meneliti kualitas dan harga dari berbagai produk yang ada di pasar. Konsumen sering berada dalam posisi yang lebih lemah terhadap produsen, dan lebih mudah menjadi korban manipulasi produsen.

Konsumen seharusnya memiliki hak-hak sebagai konsumen, yaitu hak atas keamanan, hak atas informasi, hak untuk memilih, dan hak untuk didengarkan

⁴NHT Siahaan, *Hukum Konsumen*, (Jakarta: Panta Rei, 2005), h. 52

(Bertens).Setiap produk mengandung resiko tertentu bagi konsumen, khususnya resiko kesehatan dan keselamatan.⁵

Disadari bahwa dalam dinamika perdagangan dunia sekarang ini, barang dari Negara lain begitu mudah memasuki pasar dalam negeri. Barang-barang tersebut belum tentu memperhatikan batasan standar mutu, aspek keamanan, kesehatan, keselamatan konsumen dan lingkungan (K3L).⁶

Interaksi antara produsen dengan konsumen memang tidak pernah secara langsung menghadapkan antara produsen dan konsumen, melainkan melalui perangkat komunikasi modern.Walaupun demikian, hubungan dan interaksi itu tetap merupakan interaksi sosial.Karena itu, sebagaimana halnya semua interaksi sosial lainnya, interaksi bisnis antara produsen dan konsumen pun tetap mengenal adanya hak dan kewajiban antara satu pihak dan pihak lainnya.Hak dan kewajiban didasarkan pada kenyataan bahwa interaksi bisnis antar produsen dengan konsumen adalah interaksi sosial.Karena produsen pada posisi yang lebih, maka mereka memiliki kewajiban untuk melakukan perhatian khusus untuk meyakinkan bahwa kepentingan konsumen tidak dirugikan oleh produk yang mereka tawarkan.

Makin kompleksnya ekonomi dan makin meningkatnya ketergantungan konsumen pada bisnis untuk kebutuhan mereka makin meningkatkan tanggung jawab produsen pada konsumen, khususnya dalam masalah keamanan produk

⁵Satyanugraha Heru, *Etika Bisnis Prinsip dan Aplikasi*, ..., h. 139

⁶Anonimous, *Perlindungan dan Pemberdayaan*, (Jakarta Direktorat Jenderal Standarisasi Dan Perlindungan Konsumen Kementerian Perdagangan Republik Indonesia), h. 11

(*product safety*).Konsumen tidak dalam posisi untuk menilai keamanan produk, maka mereka harus bersandar terutama pada kesadaran bisnis untuk meyakinkan keamanan bagi mereka.

Konsumen harus diberitahu akan kemungkinan bahaya yang mungkin timbul dari penggunaan produk perusahaan. Konsumen biasanya tidak dapat memperoleh informasi tersebut kecuali moralitas dari perusahaan membuat informasi tersebut tersedia bagi konsumen.Dilain pihak, semakin banyak informasi tersebut dapat diperoleh melalui pemerintah dan lembaga swadaya masyarakat yang memperhatikan tentang hak konsumen.⁷

Etika bisnis dalam perspektif Islam adalah penerapan prinsip-prinsip ajaran Islam yang bersumber pada Al-Qur'an dan Sunah Nabi dalam dunia bisnis. Tuntunan Al-Qur'an dalam berbisnis dapat ditemukan dalam prinsip-prinsip umum yang memuat nilai-nilai dasar yang dalam aktualisasinya disesuaikan dengan perkembangan zaman, dengan mempertimbangkan ruang dan waktu.⁸

Dengan demikian, konsumen yang ditipu oleh pelaku usaha baik karena kualitas atau mutu barang, informasi yang tidak jelas dan bahkan menyesatkan, pemalsuan dan sebagainya akan merasa dirugikan sehingga konsumen akan menuntut ganti kerugian. Apabila tidak dipenuhi oleh produsen selaku pelaku usaha maka hal ini akan menimbulkan perselisihan diantara kedua belah pihak yaitu konsumen dan produsen.

⁷Anonimous, *Perlindungan dan Pemberdayaan*,..., .., h. 235

⁸Abd. Haris, *Etika Hamka Konstruksi Etik Berbasis Rasional Religius*,(Yogyakarta: LKiS, 2010), h.151.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk membahas permasalahan mengenai tinjauan hukum Islam dan hukum positif terhadap standarisasi mutu produk bagi perlindungan konsumen.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis merumuskan beberapa permasalahan, yaitu:

1. Bagaimana Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen?
2. Bagaimana Tinjauan UU No.8 Tahun 1999 Terhadap Perlindungan Konsumen?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen
2. Untuk mengetahui Tinjauan UU No.8 Tahun 1999 Terhadap Perlindungan Konsumen

D. Manfaat Penelitian

Sedangkan manfaat dari penelitian ini memiliki dua manfaat yaitu:

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini di harapkan dapat dijadikan sebagai masukan yang sangat penting dan berharga dalam pengembangan ilmu penegetahuan khususnya di UIN Sultan Maulana Hasanudin Banten pada Fakultas Syari'ah jurusan Hukun Ekonomi Syariah (HES) dan menambah khasanah bacaan ilmiah.

2. Secara praktis manfaat terdiri dari tiga manfaat: Pertama bagi penulis, sebagai wacana untuk melatih dan mengembangkan kemampuan dalam bidang penelitian, serta menambah wawasan dan pengetahuan terhadap penulis. Kedua bagi lembaga pendidikan, sebagai sumbangan pengetahuan dan penambahan perbendaharaan perpustakaan. Ketiga bagi peneliti berikutnya, sebagai sumbangan pengetahuan yang baru yang hasilnya dapat digunakan sebagai acuan penelitian berikutnya.

E. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

1. Arti, UIN Alauddin Makassar, 2018 dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen Produk Kosmetik Yang Tidak Terdaftar BPOM”. Skripsi ini membahas tentang: Perlindungan hukum bagi konsumen, sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Sedangkan dalam skripsi penulis membahas mengenai Perlindungan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Dalam Perspektif Hukum Islam dan UU Perlindungan Konsumen.
2. Latifah Anggraini, UIN Walisongo Semarang, 2015 dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen Depot Air Minum Isi Ulang Di Kota Semarang”. Skripsi ini membahas tentang: Perlindungan hukum Islam terhadap perlindungan konsumen bahwa setiap Pembeli atau konsumen sudah seharusnya menerima barang dalam kondisi baik dan dengan harga yang wajar. Sedangkan dalam skripsi penulis membahas mengenai

Perlindungan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Dalam Perspektif Hukum Islam dan UU Perlindungan Konsumen.

3. Hendra Muttaqin, Universitas Negeri Semarang, 2016 dengan judul “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Produk Pangan Industri Rumah Tangga Yang Tidak Berlabel Di Kota Semarang”. Skripsi ini membahas tentang: Banyaknya Perusahaan kecil dan menengah yang bergerak dibidang makanan tradisional dalam kemasan atau cemilan, masih banyak yang belum mencantumkan label yang sesuai yang tercantum dalam Pasal 8 ayat (1) huruf (i) Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Sedangkan dalam skripsi penulis membahas mengenai Perlindungan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Dalam Perspektif Hukum Islam dan UU Perlindungan Konsumen.

F. Kerangka Pemikiran

Ajaran Islam menghalalkan jual beli, karena memberi manfaat baik terhadap pelaku usaha maupun bagi pembeli/konsumen. Sebagaimana Allah berfirman:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا

إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا

سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ (275)

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)

James F. Engelberpendapat bahwa pelaku konsumen didefinisikan sebagai tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut.⁹

Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastiaan hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Perlindungan konsumen merupakan prasyarat mutlak dalam mewujudkan perekonomian yang sehat melalui keseimbangan antara perlindungan kepentingan konsumen dan pelaku usaha. Apabila konsumen kebutuhannya tidak terpenuhi, ia akan menunjukkan perilaku kecewa. Sebaliknya, jika kebutuhannya terpenuhi konsumen akan memperlihatkan perilaku yang gembira sebagai manifestasi rasa puasnya.¹⁰

⁹A.A Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: Refika Aditama, 2009), h.

¹⁰A.A Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, ..., .., h.5

Konsumen di harapkan mempunyai kebiasaan untuk teliti atas barang dan/atau jasa yang ditawarkan/tersedia di pasar. Ahli pemasaran harus dapat mengidentifikasi kualitas produk yang layak atau tidak layak untuk konsumen. Sesuai dengan amanat pembangunan perdagangan yang dijabarkan dalam pembangunan nasional, pertumbuhan ekonomi Indonesia harus diiringi dengan penguatan perdagangan dalam negeri untuk menjaga kestabilan harga dan ketersediaan barang domestik serta menciptakan iklim usaha yang sehat.

Kecenderungan konsumen menerima hubungan yang positif antara harga dan kualitas merupakan hasil dari motif konsistensi. Jika kualitas tidak tentu dan harga tinggi, konsumen dapat beralasan bahwa harga tinggi di sebabkan oleh biaya produksi bertambah dalam membuat produk. Maka, persepsi terhadap kualitas produk menjadi konsisten dengan persepsi harga.¹¹

Hanya melalui keberadaan dan keberdayaan perlindungan konsumen yang memadai, Indonesia mampu membangun kualitas manusia yang bermartabat, cerdas, sehat, inovatif, dan produktif untuk membawa Indonesia mampu berdaya saing ditingkat dunia.

Rumusan pengertian perlindungan konsumen yang terdapat dalam pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen

¹¹A.A Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, ..., .., h.16

(selanjutnya disebut Undang-Undang Perlindungan Konsumen/UUPK) cukup memadai.¹²

Pembangunan ekonomi Indonesia bergerak maju,ditandai dengan makin berkembangnya pasar yang menyediakan berbagai barang dan/atau jasa yang di tawarkan pelaku usaha kepada konsumen. Berkembangnya dinamika dan kompetisi pasar yang sehat dan bersahabat di antara para konsumen dan produsen diharapkan dapat menciptakan peningkatan produktivitas ekonomi nasional yang berkelanjutan.

Dalam Islam, konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Keimanan sangat mempengaruhi sifat, kuantitas, dan kualitas konsumsi baik dalam bentuk kepuasan material maupun spiritual.¹³

Instrumen perlindungan konsumen merupakan prasyarat untuk mewujudkan perekonomian yang sehat melalui keseimbangan kepentingan konsumen dan pelaku usaha.Hal tersebut merupakan sebagian dari latar belakang lahirnya Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.

Dengan semakin meningkatnya persaingan kualitas produk atau jasa yang dihasilkan, maka organisasi atau perusahaan akan dituntut untuk semakin bertanggung jawab terhadap desain, proses, dan pendistribusian produk tersebut untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Selain itu pihak perusahaan

¹² Ahmadi Miru Dan Sutarman Yodo,*Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Raja Grafindo persada, 2008), h.1

¹³Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: raja grafindo persada, 2006), h.12

atau organisasi tidak perlu lagi mengeluarkan biaya yang begitu besar hanya untuk memberikan jaminan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan tersebut.¹⁴

G. Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini, penulisan menggunakan penelitian studi pustaka(*library research*). Adapun langkah-langkah yang digunakan penulis adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dalam proses penelitian ini, penulis menghimpun dan mengumpulkan data melalui membaca buku-buku yang ada hubungannya dengan materi pembahasan skripsi ini, kemudian penulis jadikan bahan dan sumber telaah bagi pengolahan data yang akan di lakukan.

2. Pengolahan Data

Setelah data terkumpul, kemudian penulis mengolah data tersebut dengan menggunakan metode induktif, yaitu pengolahan data yang bersifat khusus untuk ditarik suatu kesimpulan yang bersifat umum.

3. Teknik Penulisan

Penulisan skripsi ini berpedoman pada :

- a. Buku pedoman penulisan karya ilmiah UIN “Sultan Maulana Hasanudin Banten”.
- b. Penulisan ayat Al-Qur’an dan Tarjamahnya.

¹⁴Dorothea Wahyu Ariani, *Manajemen Kualitas Pendekatan Sisi Kualitatif*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), h.10

H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini merupakan gambaran secara keseluruhan dalam skripsi ini, sehingga dapat memudahkan bagi penulis dalam pembahasannya. Dalam sistematika penulisan ini penulis membaginya kepada 5BAB, yang lainnya merupakan kesatuan dan saling berkaitan. Masing-masing bab terbagi dalam beberapa sub bab. Maka susunannya dapat dijelaskan sebagai berikut:

Bab pertama yaitu Pendahuluan, terdiri dari: Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan penelitian, Manfaat Penelitian, Penelitian dahulu Yang Relevan, Kerangka Pemikiran, Metodologi Penelitian dan Sistematika Pembahasan.

Bab kedua tentang tinjauan teoritis tentang perlindungan konsumen, yang terdiri dari: definisi konsumen dan pelaku usaha, hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha, tanggung jawab pelaku usaha.

Bab ketiga mengenai ketentuan produk dalam Islam, yang terdiri dari: definisi produk, macam-macam produk, ketentuan produk dalam islam.

Bab empat tentang jaminan kualitas produk perspektif hukum Islam dan UU perlindungan konsumen, yang terdiri dari: tinjauan hukum Islam terhadap perlindungan konsumen, tinjauan UU No.8 Tahun 1999 terhadap perlindungan konsumen.

Bab kelima penutup, yang terdiri dari kesimpulan dan Saran-saran.

BAB II

TINJAUAN TEORITIS TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

A. Definisi Konsumen dan Pelaku Usaha

Dalam UU No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.¹⁵

Sedangkan pengertian Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.¹⁶

Istilah konsumen berasal dari kata consumer (Inggris-Amerika), atau consument/konsument (Belanda). Pengertian tersebut secara harfiah diartikan sebagai "orang atau perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu" atau "sesuatu atau seseorang yang menggunakan suatu persediaan atau sejumlah barang".¹⁷ Amerika Serikat mengemukakan

¹⁵Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, *Undang-Undang Republik Indonesia No.8 Th. 1999 tentang perlindungan konsumen*, (Jakarta: direktorat pemberdayaan konsumen, direktorat jenderal standarisasi dan perlindungan konsumen, kementerian perdagangan, 2011), h.4

¹⁶Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, *Undang-Undang Republik Indonesia No.8 Th. 1999 tentang perlindungan konsumen*. ,. ,. ,. h. 5

¹⁷ . Abdul Halim Barkatullah, 2008, *Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Teoretis dan Perkembangan Pemikiran*, Nusa Media, Bandung, h.7

pengertian "konsumen" yang berasal dari consumer berarti "pemakai", namun dapat juga diartikan lebih luas lagi sebagai "korban pemakaian produk yang cacat", baik korban tersebut pembeli, bukan pembeli tetapi pemakai, bahkan korban yang bukan pemakai, karena perlindungan hukum dapat dinikmati pula oleh korban yang bukan pemakai. Perancis berdasarkan doktrin dan yurisprudensi yang berkembang mengartikan konsumen sebagai "the person who obtains goods or services for personal or family purposes". Dari definisi diatas terkandung dua unsur, yaitu (1) konsumen hanya orang dan (2) barang atau jasa yang digunakan untuk keperluan pribadi atau keluarganya.¹⁸ India juga mendefinisikan konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen India yang menyatakan "konsumen adalah setiap orang (pembeli) atas barang yang disepakati, menyangkut harga dan cara pembayarannya, tetapi tidak termasuk mereka yang mendapatkan barang untuk dijual kembali atau lain-lain keperluan komersial.

Pengertian konsumen sejalan dengan pengertian pelaku usaha, karena konsumen hubungannya sangat erat sekali dengan pelaku usaha, hubungannya mengenai harga dari barang dan/atau jasa yang diproduksinya, dibuatnya mengenai kondisi kegunaan sampai hal terkecil pun seorang konsumen berhubungan dengan pelaku usaha demi untuk melindungi dirinya sendiri dengan mencari informasi mengenai barang dan/atau jasa tersebut.

Dalam Pasal 1 angka 3 UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menentukan bahwa “pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”.

Menurut UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat menentukan pengertian “pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama, melalui perjanjian, menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi”. Dari kedua pengertian tersebut terdapat kesamaan dari pengertian pelaku usaha.

Pada penjelasan undang-undang yang termasuk dalam pelaku usaha adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importer, pedagang, distributor dan lain-lain. Kajian atas perlindungan terhadap konsumen tidak dapat dipisahkan dari telah terhadap hak-hak dan kewajiban produsen. Berdasarkan Directive, pengertian “produsen” meliputi:¹⁹

¹⁹. Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2009, Hukum Perlindungan Konsumen, Sinar Grafika, Jakarta, h. 41.

1. Pihak yang menghasilkan produk akhir berupa barang-barang manufaktur mereka ini bertanggung jawab atas segala kerugian yang timbul dari barang yang mereka edarkan ke masyarakat, termasuk bila kerugian timbul akibat cacatnya barang yang merupakan komponen dalam proses produksinya.
 2. Produsen bahan mentah atau komponen suatu produk.
 3. Siapa saja, yang dengan membubuhkan nama, merek, ataupun tanda-tanda lain pada produk menampilkan dirinya sebagai produsen dari suatu barang
- Pelaku pembeli dan penjual dalam kegiatan perekonomian didasari atas asumsi rasionalitas. Sikap rasional bagi pembeli atau konsumen diwujudkan dengan upaya bagaimana menggunakan pendapatan yang terbatas untuk memperoleh manfaat (*utility*) yang maksimal. Sedangkan bagi penjual atau produsen, sikap rasional diterapkan dengan cara mengeluarkan biaya produksi serendah-rendahnya untuk memperoleh hasil penjualan (laba) yang maksimal.²⁰

Bagi konsumen, sebelum melakukan transaksi jual beli hendaknya informasi mengenai barang dan/atau jasa yang akan dikonsumsi diketahui secara *detail*. Misalnya informasi mengenai kualitas produk, kualitas bahan baku, harga pasar dan lain-lain. Dengan terdistribusinya informasi dengan baik antara produsen dan konsumen, maka proses transaksi dapat berjalan dengan *fair* dan adil.

²⁰Zaini Ibrahim, *Pengantar Ekonomi Mikro*, h. 6

B. Hak dan Kewajiban Konsumen dan Pelaku Usaha

Dalam kehidupan sehari-hari konsumen terkadang dirugikan oleh pelaku usaha. Hal ini bisa terjadi karena memang konsumen tidak mengerti atau justru pelaku usaha yang tidak mau tahu dan hanya mengedepankan keuntungan semata, padahal setiap konsumen memiliki hak-hak yang mesti diperhatikan oleh pelaku usaha. Oleh karena itu, konsumen harus mengetahui undang-undang yang berlaku mengenai perlindungan konsumen agar terpelihara hak-haknya.

Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), Bab III pasal 4 hak konsumen adalah sebagai berikut:

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa.
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.

- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.²¹

Untuk bisa memuaskan dan mendapatkan kepercayaan dari konsumen memang bukanlah perkara mudah. Apalagi tingkat keinginan dan kebutuhan konsumen berbeda serta bukanlah hal mudah untuk bisa menghasilkan produk dan pelayanan yang konsisten dan seragam sepanjang waktu. Dengan demikian, konsumen diberikan hak-hak konsumen agar semua konsumen memiliki rasa aman.

Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), Bab III pasal 5 kewajiban konsumen adalah sebagai berikut:

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa demi keamanan dan keselamatan.
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.

²¹Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, *undang-undang republik Indonesia no. 8 tahun 1999. ... , ... , ... , h.8*

d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.²²

Jauh sebelum dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen diatas disahkan pada tahun 1999, hak-hak konsumen ini telah diungkapkan oleh William F. Schoel sebagaimana dikutip oleh Buchari Alma dalam buku kewirausahaan sebagai berikut:

- a. *The right to choose*, hak untuk memilih, jangan hanya ditawarkan komoditi satu jenis saja, tanpa ada pilihan.
- b. *The right to be informed*, konsumen berhak memperoleh informasi dari produsen, terhadap barang yang akan dibeli, baik mengenai bahan, cara pemakaian, daya tahan, dan sebagainya.
- c. *The right to be heard*, jika ada keluhan konsumen, harus didengar. Jika ada tuntutan konsumen harus segera diperhatikan oleh produsen.
- d. *The right to safety*, apabila konsumen menggunakan produk, harus dijaga keselamatan konsumen, jangan sampai barang yang telah dibeli membahayakan konsumen terutama dalam dalam hal mainan anak-anak atau obat.²³

Uraian mengenai hak dan kewajiban konsumen semestinya dapat melindungi konsumen karena barang dan/atau jasa harus diproduksi sedemikian rupa sehingga pada saat dikonsumsi atau digunakan dalam

²²Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, *undang-undang republik Indonesia no. 8 tahun 1999. ... , ... , h.9*

²³Buchari Alma, *Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2010),h.245

kondisi normal atau dalam kondisi yang dapat diduga tidak menimbulkan dampak buruk bagi kesehatan dan konsumen merasa nyaman dan aman dalam mengkonsumsinya atau menggunakannya.

Sedangkan hak pelaku usaha dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Bab III pasal 6 adalah sebagai berikut:

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- b. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik.
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya didalam penyelesaian hukum sengketa konsumen.
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.²⁴

Sedangkan kewajiban pelaku usaha dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Bab III pasal 7 adalah sebagai berikut:

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.

²⁴Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, *undang-undang republik Indonesia no. 8 tahun 1999. ..., .., .., h.10*

- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku
- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan atau garansi atas barang yang dibuat dan atau yang diperdagangkan.
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- g. Memberi kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian apabila barang dan atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.²⁵

Merujuk UUPK, jika suatu produk merugikan konsumen, maka produsen bertanggung jawab untuk mengganti kerugian yang diderita

²⁵Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, *undang-undang republik Indonesia no. 8 tahun 1999. ... , ... , ... , h.11*

konsumen. Kewajiban itu tetap melekat pada produsen meskipun antara pelaku dan korban tidak terdapat peretujuan terlebih dahulu.

Butir-butir kewajiban pelaku usaha yang tercantum dalam pasal 7 diatas mengatur kewajiban produk dari pelaku usaha. Sebelum UUPK berlaku, sudah dibuat beberapa ketentuan mengenai kewajiban pelaku usaha untuk mentaati persyaratan atas produk-produk (barang dan/atau jasa) yang dibuatnya. Hal itu bisa kita lihat dalam UU No. 23 Tahun 1992 tentang kesehatan, UU No. 7 Tahun 1996 tentang Pangan atau dalam PP No. 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan.

C. Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Kepuasan konsumen merupakan kunci sukses dari sebuah kegiatan bisnis. Jika produk atau kegiatan yang dihasilkan mampu memuaskan konsumen, maka produk dan/atau jasa tersebut dipastikan akan mendapatkan tingkat kepercayaan yang tinggi dari konsumen.

Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), Bab VI pasal 19-28 tanggung jawab pelaku usaha adalah sebagai berikut:

Pasal 19

- (1) Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang atau diperdagangkan.
- (2) Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

- (3) Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
- (4) Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
- (5) Ketentuan sebagai mana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Pasal 20

Pelaku usaha periklanan bertanggung jawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut.

Pasal 21

- (1) Importir barang bertanggung jawab sebagai pembuat barang yang diimpor apabila importasi barang tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan produsen luar negeri.
- (2) Importir jasa bertanggung jawab sebagai penyedia jasa asing apabila penyediaan jasa asing tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan penyedia jasa asing.

Pasal 22

Pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam kasus pidana sebagaimana dimaksud dalam pasal 19 ayat (4), pasal 20, dan pasal 21 merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha tanpa menutup kemungkinan bagi jaksa untuk melakukan pembuktian.

Pasal 23

Pelaku usaha yang menolak dan atau tidak memberi tanggapan dan atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen sebagai mana dimaksud dalam pasal 19 ayat (1), ayat (2), ayat (3) dan ayat (4), dapat digugat melalui badan penyelesaian sengketa konsumen atau mengajukan kebadan peradilan ditempat kedudukan konsumen.

Pasal 24

- (1) Pelaku usaha yang menjual barang dan/atau jasa kepada pelaku usaha lain bertanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan atau gugatan konsumen apabila:
 - a. Pelaku usaha lain menjual kepada konsumen tanpa melakukan perubahan apapun atas barang dan/atau jasa tersebut.
 - b. Pelaku usaha lain, didalam transaksi jual beli tidak mengetahui adanya perubahan barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh pelaku usaha atau tidak sesuai dengan contoh, mutu dan komposisi.
- (2) Pelaku usaha sebagai mana dimaksud pada ayat (1), dibebaskan dari tanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan atau gugatan konsumen apabila pelaku usaha lain yang membeli barang dan atau jasa menjual kembali

kepada konsumen dengan melakukan perubahan atas barang dan/atau jasa tersebut.

Pasal 25

- (1) Pelaku usaha yang memproduksi barang yang pemanfaatannya berkelanjutan dalam batas waktu sekurang-kurangnya 1 tahun wajib menyediakan suku cadang dan atau fasilitas purna jual dan wajib memenuhi jaminan atau garansi sesuai dengan yang diperjanjikan.
- (2) Pelaku usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) bertanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan atau gugatan konsumen apabila pelaku usaha tersebut:
 - a. Tidak menyediakan atau lalai menyediakan suku cadang dan atau fasilitas perbaikan.
 - b. Tidak memenuhi atau gagal memenuhi jaminan atau garansi yang diperjanjikan.

Pasal 26

Pelaku usaha yang memperdagangkan jasa wajib memenuhi jaminan dan atau garansi yang disepakati dan atau yang diperjanjikan.

Pasal 27

Pelaku usaha yang memproduksi barang dibebaskan dari tanggung jawab atas kerugian yang diderita konsumen, apabila:

- a. Barang tersebut terbukti seharusnya tidak diedarkan atau tidak dimaksudkan untuk diedarkan
- b. Cacat barang timbul pada kemudian hari
- c. Cacat timbul akibat ditaatinya ketentuan mengenai kualifikasi barang
- d. Kelalaian yang diakibatkan oleh konsumen
- e. Lewatnya jangka waktu penuntutan 4 tahun sejak barang dibeli atau lewatnya jangka waktu yang diperjanjikan

Pasal 28

Pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam gugatan ganti rugi sebagaimana dimaksud dalam pasal 19, pasal 22, dan pasal 23 merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha²⁶

Menurut hemat penulis, sudah seharusnya para pelaku usaha wajib mengetahui dan mentaati segala peraturan yang berlaku dalam UUPK diatas agar tidak ada hal-hal yang tidak diinginkan di kemudian hari.

²⁶Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, *undang-undang republik Indonesia no. 8 tahun 1999. ... , ... , h.23*

BAB III

KETENTUAN PRODUK DALAM ISLAM

A. Definisi Produk

Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Pembeli akan merasa cocok, karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar pemasaran produk dapat berhasil. Dengan kata lain, pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau selera konsumen.

Dalam bukunya Agus Ahyari produk merupakan hasil dari kegiatan produksi.²⁷ Dalam maknanya yang sempit, produk adalah sekumpulan atribut fisik nyata yang terakit dalam sebuah bentuk yang dapat diidentifikasi.²⁸ Menurut Kotler (2005) dalam buku perilaku konsumen karya Etta Mamang Sangadji merumuskan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.²⁹ Sedangkan kualitas adalah sejauh mana produk memenuhi spesifikasi-spesifikasinya.³⁰ Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong kualitas produk merupakan salah satu sarana positioning utama pasar. Kualitas produk mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa, oleh karena itu kualitas berhubungan erat

²⁷ Agus Ahyari, Perencanaan Sistem Produksi, BPFE, Yogyakarta, 1985, h. 2

²⁸ Yohanes Lamarto, Konsultan Manajemen, Erlangga, Jakarta, 1984, h. 222

²⁹ Etta Mamang S dan Sopiah, Perilaku Konsumen, Andi, Yogyakarta, 2013, h. 99

³⁰ Rambat Lupiyado dan A. Hamdani, Manajemen Pemasaran Jasa, Salemba Empat, Jakarta, 2009, h. 175.

dengan nilai pelanggan. Dalam artian sempit kualitas bisa didefinisikan sebagai bebas dari kerusakan.³¹

Dengan kata lain kualitas produk diukur sejauh mana produk tersebut bisa memuaskan pelanggannya. Selain itu, produk dapat pula didefinisikan sebagai persepsi pelanggan yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya. Secara lebih rinci, konsep produk total meliputi barang, kemasan merk, label, pelayanan, dan jaminan.³²

Oleh karena itu memperbaiki kualitas produk ataupun jasa merupakan tantangan yang penting bagi perusahaan dalam bersaing dan merupakan faktor penting yang mendorong pertumbuhan ekonomis di pasar global.

B. Macam-macam produk

Dalam kitab *Minhaaj at-Thaalibiin* menjelaskan bahwa, ada 5 syarat dalam barang yang di jual, diantaranya sebagai berikut:

a) Barang yang dijual harus suci

Barang yang dijual harus suci, maka tidak sah menjual barang yang sifatnya tidak suci seperti, menjual anjing, khamr dan barang-barang yang sifatnya najis dan tidak bisa disucikan kembali.

³¹ Philip Kotler dan Gary Amstrong, Prinsip-Prinsip Manajemen, Erlangga, 2006, hal. 272

³² Anggitan Rizana A.R, Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap loyalitas Pelanggan dengan Minat Beli Ulang Sebagai Variabel Intervening, hal. 3

b) Barang dijual harus bermanfaat

Barang yang dijual harus bermanfaat, maka tidak sah menjual barang yang tidak baik seperti, hewan buas yang tidak ada manfaatnya, menjual dua biji-bijian seperti gandum atau sejenisnya.

c) Barang yang dijual harus jelas

Barang yang dijual harus jelas, maka barang yang tidak jelas hukumnya bathil, seperti barang gosob, menjual barang gadaian tanpa seizin yang menggadaikannya (pemilik).

d) Barang yang dijual kepemilikannya harus jelas

Barang yang dijual kepemilikannya harus jelas, maka menjual barang yang tidak jelas kepemilikannya hukumnya bathil, dalam kaul kodim telah menjelaskan, jika pemilik barang tersebut tidak jelas maka selesaikan, jika tidak selesai maka tidak sah hukum tersebut.

e) Bagi penjual harus memahami ilmu tentang jual beli (*ba'i*)

Bagi penjual harus memahami ilmu tentang jual beli, maka jika penjual tidak memahami ilmu tentang jual beli maka transaksi jual beli tersebut hukumnya bathil.³³

Dalam kitab terjemahan fathul mu'in menjelaskan bahwa:

a) Barang yang sitransaksikan harus milik orang yang bersangkutan

³³ Imam Abu Zakariya Bin Syaraf An-Nawawi Ad-Damaskus, *Minhaaj At-Thaalibiin* (Tarim-Hadromaut: Daar al-Kutub al-Islamiyah). Tt, h76

(و) شَرْطٌ (فِي مَعْقُودٍ) عَلَيْهِ - مُتَمَّاكَانَ أَوْ تَمَنَّا - (مَلِكٌ لَهُ) أَيْ لِلْعَاقِدِ (عَلَيْهِ) فَلَا يَصِحُّ بَيْعُ
فُضُولِيٍّ

Artinya: Sesuatu yang dijadikan objek transaksi baik berupa barang ataupun uang, disyaratkan milik orang yang melakukan transaksi. Oleh sebab itu, tidak sah transaksi jual beli yang dilakukan oleh orang luar yang tidak ada sangkutpautnya

وَيَصِحُّ بَيْعُ مَالٍ غَيْرِهِ ظَاهِرًا , إِنْ بَانَ بَعْدَ الْبَيْعِ أَنَّهُ لَهُ: كَانَ بَاعَ مَالٍ مُورَثِهِ ظَانًّا حَيَاتَهُ فَبَانَ
مَيِّتًا حَيًّا عِذَّ لِتَبْيُيْنِ أَنَّهُ مَلِكُهُ، وَلَا تَرْتَلِظَنَّ خَطَاءِ بَانَ صِحَّتَهُ- لِأَنَّا لِعْتِبَارِ فِي الْعُقُودِ: بِمَا فِي
نَفْسِ الْأَمْرِ، لِأَبِمَا فِي ظَنِّ الْمُكَلَّفِ

Artinya: Dianggap sah menjual barang yang secara lahiriah seakan-akan milik orang lain, jika setelah transaksi jual beli tampak jelas bahwa barang itu adalah milik penjual. Pada mulanya penjual hanya menjualkan harta ahli warisnya dengan dugaan bahwa ahli waris pemilik barang tersebut masih hidup, kemudian ternyata telah meninggal dunia. Dikatakan sah karena jelas bahwa barang yang dimaksud telah menjadi miliknya. Dalam hal ini tidak ada pengaruh bagi dugaan keliru jika ternyata kenyataannya benar, mengingat hal yang dianggap dalam masalah transaksi ialah apa yang ada dalam transaksi itu sendiri, bukan apa yang terdapat didalam dugaan orang mukallaf (yang menjadi pelakunya).

b) Objek transaksi harus suci atau dapat disucikan

(وَطُهْرُهُ) أَوْ امْكَانُ طُهْرِهِ بِغَسْلِ- فَلَا يَصِحُّ بَيْعُ نَجْسٍ : كَخَمْرٍ وَجِلْدِ مَيِّتَةٍ . وَإِنْ أُمِّكِنَ
طُهْرُهُمَا يَتَخَلَّلُ أَوْ دِبَاغٍ

Artinya: Sesuatu yang dijadikan objek transaksi hendaknya dalam keadaan suci atau dapat disucikan dengan cara membasuhnya. Oleh karena itu, tidak sah menjual barang najis seperti khamr dan kulit bangkai sekalipun dapat menjadi suci melalui proses pencucian dan penyamakan kulit.

وَلَا مُتَّجِسٍ لِأَيْمِكُنْ طَهْرُهُ- وَلَوْ دُهْنًا- تَنَجَّسَ بَلَّ يَصِحُّ هِبْتُهُ.

Artinya: Tidak sah menjual barang yang terkena najis tetapi tidak dapat disucikan, sekalipun berupa minyak yang terkena najis, tetapi sah menghibahkannya.

- c) Objek yang ditransaksikan harus dapat dilihat

(رُؤْيُهُ) أَي الْمَعْقُودِ عَلَيْهِ إِنْ كَانَ مُعَيَّنًا. فَلَا يَصِحُّ بِنِعْ مَعَيَّنٍ لَمْ يَرَهُ الْعَاقِدَانِ أَوْ أَحَدُهُمَا:

كَرَاهِيهِ، وَاجَارَتِهِ- لِلْغَرَرِ الْمَنْهِيِّ عَنْهُ- وَإِنْ بَالَغَ فِي وَصْفِهِ.

Artinya: Sesuatu yang dijadikan objek transaksi hendaknya dapat dilihat jika berupa barang. Oleh sebab itu, tidak sah menjual barang yang tidak terlihat oleh kedua belah pihak atau oleh salah satu pihak yang bersangkutan, umpamanya dalam kasus menggadaikan dan menyewakannya. Transaksi seperti itu mengandung unsur gharur (tipuan) yang dilarang, sekalipun pihak penjual menyebutkan spesifikasinya secara rinci (selagi pihak pembeli belum mengetahui sebelumnya, pent.)

- d) Memeriksa barang sebelum melakukan transaksi

وَتَكْفَى الرُّؤْيُ قَبْلَ الْعَقْدِ فِيمَا لَا يَغْلِبُ تَغْيِيرُهُ إِلَى الْوَقْتِ الْعَقْدِ

Artinya: Dianggap cukup menginspeksi (memeriksa) barang sebelum terjadinya transaksi, menyangkut barang-barang yang pada kebanyakannya tidak berubah sampai waktu transaksi terjadi.

- e) Diperbolehkan memeriksa sebagian barang yang dijual

وَتَكْفَى رُؤْيُ بَعْضِ الْمَبِيعِ إِنْ دَلَّ عَلَى بَاقِيهِ: كَطَاهِرِ صَبْرَةَ تَحْوِيرٍ، وَأَعْلَى الْمَاءِ عَ، وَمِثْلِ

أَنْمُودَجٍ مُنْسَاوِي الْأَجْزَاءِ كَالْحُبُوبِ

Artinya: Dianggap cukup menginspeksi sebagian dari barang yang dijual, jika hal tersebut dapat dijadikan standar ukuran bagi barang sisanya. Umpamanya tumpukan jewawut dan permukaan barang cairan, dan sesuatu yang memiliki bagian-bagian yang sama, seperti biji-bijian.

أَوَّلَمْ يَدُلَّ عَلَى بَاقِيهِ بَلْ كَانَ صَوَانًا لِلْبَاقِي لِبَقَائِهِ- كَقَشْرٍ رُمَانٍ وَبَبِيضٍ، وَقَشْرَةِ سُفْلَى
لِنَحْوِ جَوْزٍ: فَيَكْفِي رُءْيُئِهِ- لِأَنَّ صَلَاحَ بَاطِنِهِ فِي إِبْقَائِهِ، وَإِنْ لَمْ يَدُلَّ هُوَ عَلَيْهِ.

Artinya: Atau tidak dapat dijadikan ukuran standar bagi sisanya, melainkan hanya berfungsi sebagai pelindung bagian isi, seperti kulit delima, telur, dan batok kelapa. Barang seperti ini cukup dilihat bagian luarnya, mengingat kebaikan bagian luar menunjukkan kebaikan bagian dalam, sekalipun penunjukannya tidak secara langsung.

وَلَا يَكْفِي رُءْيُئَهُ الْقَشْرَةُ الْعُلْيَا إِذَا انْعَقَدَتِ السُّفْلَى

Artinya: Tidak cukup hanya melihat bagian kulit luar saja jika yang dapat dijadikan standar ukuran kelayakan bagian dalam adalah kulit bagian dalam.

وَيُسْتَرْطُ أَيْضًا قَدْرُهُ تَسْلِيمِهِ: فَلَا يَصِحُّ بَيْعُ آبِقٍ، وَضَالٍّ ، وَمَغْصُوبٍ- لِغَيْرِ قَادِرٍ عَلَى
اِنْتِزَاعِهِ- وَكَذَا سَمَكٌ بِرَكْتِ شَقِّ تَحْصِيلِهِ

Artinya: Disyaratkan pula adanya kesanggupan menyerahkan barang. Maka tidak sah menjual budak yang minggat, budak yang hilang, barang yang digasab bagi orang yang tidak mampu merebutnya (mengambilnya), demikian pula menjual ikan didalam kolam yang sulit menangkapnya.³⁴

C. Ketentuan Produk Dalam Islam

Produk yang dipasarkan merupakan senjata yang sangat bagus dalam memenangkan persaingan apabila memiliki mutu atau kualitas yang tinggi. Sebaliknya produk yang mutunya rendah akan sukar untuk memperoleh citra dari

³⁴ Zainuddin Bin Abdul Aziz al-Malibari al-Fannani, *Terjemahan Fathul Mu'in* (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2013) Cet.8, h. 770

para konsumen. Oleh karena itu produk yang dihasilkan harus diusahakan agar tetap bermutu baik.³⁵

Firman Allah SWT dalam al-Qur'an surat al-Baqarah ayat 168 sebagai berikut :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَّالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.”

Menurut Syaikh Imam al-Qhurtubi, dalam bukunya yang berjudul Tafsir Al-Qurthubi atau Syaikh Imam al-Qurthubi, makna kata halal itu sendiri adalah melepaskan atau membebaskan. Kata ini disebut halal karena ikatan larangan yang mengikat sesuatu itu telah dilepaskan. Sahal bin Abdillah mengatakan :Adatiga hal yang harus dilakukan jika seseorang ingin terbebas dari neraka, yaitu pertama, memakan makanan yang halal; kedua, melaksanakan kewajiban; dan ketiga, mengikuti jejak Rasulullah SAW.³⁶

setiap perbuatan yang tidak ada dalam syariat maka perbuatan itu nisbatnya kepada syetan. Allah SWT juga memberitahukan bahwa syetan adalah musuh dan tentu saja pemberitahuan dari Allah SWT adalah benar dan terpercaya. Oleh karena itu bagi setiap makhluk yang memiliki akal semestinya berhati-hati dalam menghadapi musuh ini yang telah jelas sekali permusuhannya

³⁵ Indriyo Gitosudarmo, Manajemen Pemasaran, Yogyakarta, BPFE, 2000, hal. 139

³⁶ Syaikh Imam Al- Qurthubi, Tafsir Al-Qurthubi (Pustaka Azzam, 2007), 387.

dari zaman Nabi Adam AS. Syetan telah berusaha sekuat tenaga, mengorbankan jiwa dan sisa hidupnya untuk merusak keadaan anak cucu Adam AS.

Kualitas produk mendapat perhatian para produsen dalam ekonomi islam dan ekonomi konvensional. Akan tetapi terdapat perbedaan signifikan diantara pandangan ekonomi ini dalam penyebab adanya perhatian masing-masing terdapat kualitas, tujuan dan caranya. Sebab dalam ekonomi konvensional, produsen berupaya menekankan kualitas produknya hanya semata-mata untuk merealisasikan produk yang bisa dicapai dengan biaya serendah mungkin, dan boeh jadi mampu bersaing dan bertahan dengan produk serupa yang diproduksi orang lain. Karena itu acapkali produk tersebut menjadi tidak berkualitas, jika beberapa motivasi tersebut tidak ada padanya; seperti produk tertentu yang ditimbun karena tidak dikhawatirkan adanya persaingan. Bahkan sering kali mengarah pada penipuan, dengan menampilkan barang yang buruk dalam bentuk yang nampaknya bagus untuk mendapatkan keuntungan setinggi mungkin.

Firman Allah swt dalam Al-qur'an surat Al-Mulk ayat 2 sebagai berikut:

الَّذِي خَلَقَ الْمَوْتَ وَالْحَيَاةَ لِيَبْلُوَكُمْ أَيُّكُمْ أَحْسَنُ عَمَلًا ۗ وَهُوَ الْعَزِيزُ الرَّحِيمُ

“yang menjadikan mati dan hidup, supaya dia menguji kamu, siapa diantara kamu yang lebih baik amalnya. Dan dia maha perkasa lagi maha pengampun”

Ayat di atas menjelaskan bahwa ujian Allah adalah untuk mengetahui siapa di antara hamba-hamba-nya yang terbaik amalnya, lalu dibalas-nya mereka

pada tingkatan yang berbeda sesuai kualitas amal mereka; tidak sekedar banyaknya amal tanpa menekankan kualitasnya.

Berdasarkan keterangan di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas produksi adalah satu-satunya cara yang mubah yang mungkin diikuti produsen muslim dalam memproses produknya dan meraih keuntungan setinggi mungkin dengan biaya serendah mungkin. Motivasi kualitas produk mendapat perhatian besar dalam ilmu fiqih Umar Radhiyallahu Anhu, yang dapat ditunjukkan dari beberapa bukti sebagai berikut diantaranya:

- a. Umar menyerukan untuk memperbagus pembuatan makanan, seraya mengatakan, "perbaguslah adonan roti ; karena dia salah satu cara mengembangkannya," Artinya, perbaguslah adonan roti dan perhaluslah ; karena demikian itu menambah berkembangnya roti dengan air yang dikandungnya.
- b. Umar Radhiyallahu Anhu memberikan pengajaran secara rinci kepada kaum perempuan tentang pembuatan makanan yang berkualitas, seraya mengatakan, " janganlah seseorang diantara kamu membiarkan tepung hingga airnya panas, kemudian meninggalkannya sedikit demi sedikit, dan mengaduknya dengan centongnya; sebab demikian itu akan lebih bagus baginya dan lebih membantunya untuk tidak mengeriting."³⁷

³⁷Jaribah bin Ahmad Al-Haritsi, Fiqih Ekonomi Umar bin Al-Khathab, (Jakarta: Khalifa, 2006), Cet 1, h.78

Dalam sistem ekonomi islam, kata "produksi " merupakan salah satu kata kunci terpenting. Dari konsep dan gagasan produksi ditekankan bahwa tujuan utama yang ingin dicapai kegiatan ekonomi dalam sistem ekonomi islam adalah untuk kemaslahatan individu (self interest) dan kemaslahatan masyarakat (sosial interest) secara berimbang. Dalam hal ini untuk mewujudkan kemaslahatan individu dan masyarakat, sistem ekonomi islam menyediakan beberapa landasan teoritis yaitu, keadilan ekonomi, jaminan sosial, pemanfaatan sumber-sumber daya ekonomi produktif dan efisien.³⁸

Syari'ah yang didasarkan pada Al- Quran dan As-Sunnah, bertujuan untuk menebar kemaslahatan bagi seluruh manusia yang terletak pada terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan hidup manusia, Allah telah menganugerahkan sumber-sumber daya produktif. Beberapa prinsip yang perlu diperhatikan dalam proses produksi adalah,

1. Dilarang memproduksi dan memperdagangkan komoditas yang tercela karena bertentangan dengan syari'ah (haram). Dalam sistem ekonomi islam tidak semua barang dapat diproduksi atau dikonsumsi.

Islam dengan tegas mengklasifikasikan barang-barang atau komoditas kedalam dua kategori. Pertama, barang yang disebutkan Al-Quran tyayyibat yaitu barang-barang yang secara hukum halal dikonsumsi dan diproduksi,

³⁸ Jaribah bin Ahmad Al-Haritsi, Fiqih Ekonomi Umar bin Al-Khathab, (Jakarta: Khalifa, 2006), Cet 1, h.78

kedua khabaits yaitu barang-barang yang secara hukum haram dikonsumsi dan diproduksi.

2. Dilarang melakukan kegiatan produksi yang mengarah kepada kezaliman, seperti riba dimana kezaliman menjadi illat hukum bagi haramnya riba, dan riba secara bertahap dapat menghilangkan keadilan ekonomi yang merupakan ciri khas ekonomi islam, dan berdampak negatif bagi perekonomian umat.
3. Segala bentuk penimbunan (ikhtikar) terhadap barang-barang kebutuhan bagi masyarakat, adalah dilarang sebagai perlindungan syari'ah terhadap konsumen dari masyarakat. Pelaku penimbunan menurut yusuf kamal, mengurangi tingkat produksi untuk menguasai pasar, sangat tidak menguntungkan bagi konsumen dan masyarakat karena berkurangnya suplai dan melonjaknya harga barang.

Hal ini sama dengan kezaliman yang dikutuk Allah swt. Untuk mengantisipasi agar tidak terjadi penimbunan terhadap barang kebutuhan pokok, islam telah menyediakan sarana hukum yaitu pemerintah harus bertindak tegas, menyita produk dan barang tersebut kemudian menjualnya kepada konsumen dengan harga yang adil setelah membayar ganti harga yang adil kepada pemilik barang, atau pemerintah memaksa menjual barang-barang tersebut dengan harga yang adil.

4. Memelihara lingkungan. Manusia memiliki keunggulan dibandingkan makhluk lain ditunjuk sebagai wakil (khalifah) tuhan di bumi bertugas menciptakan kehidupan dengan memanfaatkan sumber-sumber daya yang

dalam perspektif ekonomi islam diuraikan sebagai: pertama, setiap manusia adalah produsen, untuk menghasilkan barang-barang dan jasa yang dalam prosesnya bersentuhan langsung dengan bumi sebagai faktor produksi.

Kedua, bumi selain sebagai faktor produksi, juga berfungsi mendidik manusia mengingat kebesaran Allah, kebaikan-Nya yang telah mendistribusikan rezeki yang adil di antara manusia. Ketiga, sebagai produsen dalam melakukan kegiatan produksi tidak boleh melakukan tindakan-tindakan yang merusak lingkungan hidup atau lingkungan makhluk lain.

Produksi dalam islam selain memiliki prinsip-prinsip yang disebutkan diatas juga memiliki faktor-faktor yang mendorong terjadinya produksi yang dibagi dalam enam macam yaitu

1. Tanah dan segala potensi ekonomi. Dianjurkan Al-quran untuk diolah, dan tidak dapat dipisahkan dari proses produksi.
2. Tenaga kerja terkait langsung dengan tuntutan hak milik melalui produksi.
3. Modal, juga terlibat langsung dengan proses produksi karena pengertian modal mencakup modal produktif yang menghasilkan barang-barang yang dikonsumsi, dan modal individu yang dapat menghasilkan kepada pemiliknya.
4. Manajemen karena adanya tuntunan leadership dalam islam.

5. Teknologi adalah ilmu tentang cara menerapkan sains untuk memanfaatkan alam bagi kesejahteraan dan kenyamanan manusia.
6. Material atau bahan baku adalah faktor lain yang sangat penting bagi proses produksi, terutama produksi barang-barang fisik.
7. Manusia, adanya faktor manusia dalam produksi dan strategi usaha barangkali mempunyai signifikansi lebih diakui dibandingkan dengan strategi manajemen lainnya yang didasarkan pada memaksimalkan keuntungan atau penjualan.

BAB IV

JAMINAN KUALITAS PRODUK PERSPEKTIF HUKUM ISLAM DAN UU PERLINDUNGAN KONSUMEN

A. Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen

Ekonomi dan praktik bisnis Islami berkaitan sangat erat dengan akidah dan syariah Islam sehingga seseorang tidak akan memahami pandangan Islam tentang ekonomi dan bisnis tanpa memahami dengan baik akidah dan syariah Islam. Keterikatan dengan akidah/kepercayaan melekat pada dirinya dengan mengindahkan perintah dan larangan Allah yang tercermin pada kegiatan halal atau haram. Ini juga mendorong penerapan akhlak sehingga terjalin hubungan harmonis dengan mitranya yang pada gilirannya akan mengantar kepada lahirnya keuntungan bersama, bukan sekedar keuntungan sepihak.

Bisnis atau ekonomi bahkan semua ilmu dalam pandangan Islam dalam operasionalnya berpijak pada dua area:

Pertama, prinsip-prinsip dasar yang diterapkan oleh Al-Qur'an dan As-Sunnah, dan ini bersifat langgeng abadi tidak mengalami perubahan.

Kedua, perkembangan positif masyarakat, ilmu pengetahuan dan teknologi, dimana terbuka lapangan yang luas untuk menampung yang baru lagi baik dari hasil pemikiran maupun budi daya manusia, dan itu berarti dia bersifat

sementara karena bila ada sesuatu yang lebih baik dimanapun ditemukan maka itu harus menggantikan tempat yang lama yang tidak sebaik itu.

Mutu dan kualitas lebih diutamakan daripada kemasan. Demikian prinsip dasar dalam jual beli. Tak banyak gunanya kemasan yang baik, jika kualitas komoditi yang dikemas tidak bermutu. Dalam berbisnis, persaingan tidak dapat dihindari. Ini baik jika persaingan tersebut sehat. Karena ia dapat memacu para pesaing untuk menawarkan produk bermutu sekaligus dengan harga yang bersaing.³⁹

Jual beli memiliki beberapa etika, di antaranya sebagai berikut:

1. Tidak boleh berlebihan dalam mengambil keuntungan,
2. Berinteraksi yang jujur,
3. Bersikap toleran dalam berinteraksi,
4. Menghindari sumpah meskipun pedagang itu benar,
5. Memperbanyak sedekah,
6. Mencatat utang dan mempersaksikannya.⁴⁰

Jual beli menurut empat imam madzhab sebagai berikut:

1. Menurut Imam Maliki
 - a. Barang, a harus suci,
 - b. Barangnya ada manfaatnya menurut agama,
 - c. Barangnya di jual harus di pasrahkan

³⁹M. Quraish Shihab, *Berbisnis Dengan Allah*, (Tangerang: Lentera Hati, 2008), h. 10

⁴⁰ Wahbah Az-Zuhaili, *fiqh islam Wa Adillatuhu*, 2011, Jilid. 4. h. 27-28

- d. Tidak dicegah untuk menjualnya contohnya tidak sah menjual anjing untuk berburu,
 - e. Barang yang di jual harus bisa di pasrahkan⁴¹
2. Imam Syafi'i
- a. Barangnya harus suci
 - b. Barangnya harus ada manfaatnya
 - c. Barangnya harus milik sendiri
 - d. Penjual pembeli harus tau tentang barang
 - e. Barang yang di jual harus bias dipasrahkan atau harus ada⁴²
3. Imam Hanafi
- a. Barang yang di jual harus ada,
 - b. Barangnya harus milik sendiri,
 - c. Barang yang harus di jual harus ada harganya menurut agama,
 - d. Keadaan penjual bisa memberikan barang langsung,
 - e. Tidak sah menjual barang yang masih ada hubungan dengan kepemilikan sendiri contoh menjual rumput yang tumbuh di tanah kita,⁴³
4. Imam Hambali
- a. Barang yang di jual harus ada manfaatnya
 - b. Barangnya milik sendiri
 - c. Barangnya bisa di pasrahkan.⁴⁴

⁴¹Al jaziri Abdulrahman, Kitab Al fikh a'la madhabil arba'ah. 1424 juz 3Hal 152

⁴²Al jaziri Abdulrahman, Kitab Al fikh a'la madhabil arba'ah. 1424 juz 3Hal 149-150

⁴³Al jaziri Abdulrahman, Kitab Al fikh a'la madhabil arba'ah. 1424 juz 3Hal 150

Mohammad Daud Ali mengemukakan 18 prinsip yang menjadi asas-asas hukum Islam dibidang perdata (muamalat). 6 prinsip asas-asas tersebut diantaranya adalah sebagai berikut

1. Asas Kemaslahatan Hidup

Suatu asas yang mengandung makna bahwa hubungan perdata apapun dapat dilakukan, asal hubungan itu mendatangkan kebaikan, berguna dan berfaedah bagi kehidupan pribadi dan masyarakat, meskipun tidak ada ketentuannya dalam Al-Qur'an dan As-Sunah.

2. Asas Menolak Mudharat dan Mengambil Manfaat

Asas ini mengandung makna bahwa segala bentuk hubungan perdata yang mendatangkan kerugian (mudharat) harus dihindari, sedangkan hubungan perdata yang mendatangkan manfaat bagi diri sendiri dan masyarakat harus dikembangkan.

3. Asas Kebajikan (kebaikan)

Asas ini mengandung arti bahwa setiap hubungan perdata seyogianya mendatangkan kebajikan (kebaikan) kepada dua belah pihak dan pihak ketiga dalam masyarakat.

⁴⁴Al jaziri Abdulrahman, Kitab Al fikh a'la madhabil arba'ah. 1424 juz 3Hal 153

4. Asas Adil dan Berimbang

Mengandung makna bahwa hubungan perdata tidak boleh mengandung unsur-unsur penipuan, penindasan, pengambilan kesempatan pada waktu pihak lain sedang berada dalam kesempitan.

5. Asas Mendahulukan Kewajiban dari Hak

Mengandung arti bahwa dalam pelaksanaan hubungan perdata, para pihak harus mengutamakan penunaian kewajiban terlebih dahulu daripada menuntut hak.

6. Asas Larangan Merugikan Diri Sendiri dan Orang Lain

Mengandung arti bahwa para pihak yang mengadakan hubungan perdata tidak boleh merugikan diri sendiri dan orang lain dalam hubungan perdatanya.⁴⁵

Menurut Al-Fikri, dalam kitab *Al-Muamalah Al-Madiyah, Wa Al-Adabiyah*, salah satu bagian dari fiqh muamalah yaitu aturan-aturan yang telah ditetapkan syara dari segi objek benda. Oleh karena itu, berbagai aktivitas muslim yang berkaitan dengan benda, seperti *al-bai* (jual beli) tidak hanya ditujukan untuk memperoleh keuntungan semata, tetapi lebih jauh dari itu, yakni untuk memperoleh ridho Allah.⁴⁶

Etika dalam bisnis, yang sering dianalogikan sebagai moral berbisnis adalah hal yang utama untuk seorang Muhammad SAW. tidak sekedar menjual

⁴⁵ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta:Amzah, 2010), h. 9

⁴⁶Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), h. 17

produk demi mengeruk keuntungan secara finansial tetapi lebih pada kenyamanan bertransaksi dan pelayanan yang diberikan saat bertransaksi.

Dalam menjual, Muhammad SAW. berpegang teguh pada prinsip-prinsip berdagang yang ia miliki sehingga pada akhirnya dapat membawa keuntungan yang berlipat ganda sekaligus limpahan kebaikan.

Pertama, penjual tidak boleh mempraktekkan kebohongan dan penipuan mengenai barang-barang yang dijual pada pembeli.

Kedua, penjual harus menjauhkan diri dari sumpah yang berlebihan dalam menjual suatu barang.

Ketiga, hanya dengan sebuah kesepakatan bersama atau dengan suatu usulan dan penerimaan suatu penjualan akan sempurna.

Keempat, penjual harus tegas terhadap timbangan dan takaran.

Keenam, Muhammad SAW.dengan tegas melarang adanya monopoli dagang.

Ketujuh, tidak boleh ada harga komoditi yang melebihi batas.⁴⁷

Ada beberapa prinsip dan konsep yang melatarbelakangi keberhasilan Rasulullah SAW.dalam bisnis, prinsip-prinsip itu intinya merupakan fundamental human etic atau sikap-sikap dasar manusiawi yang menunjang keberhasilan seseorang. Menurut Abu Mukhaladun bahwa prinsip-prinsip Rasulullah SAW.meliputi:

⁴⁷Thorik Gunawa dan Utus Hardiono Sudibyo, *Marketing Muhammad*, (Bandung: PT Karya Kita, 2007), h. 68

1. Shiddiq

Rasulullah SAW. telah melarang pebisnis melakukan perbuatan yang tidak baik, seperti larangan menutupi cacat atau aib barang yang dijual

2. Amanah

Sikap amanah mutlak harus dimiliki oleh setiap orang pebisnis muslim, seperti tidak melakukan penipuan dalam berbisnis

3. Fathanah

Fathanah berarti cakap atau cerdas, dalam hal ini sikap fathanah mampu menangkap selera pembeli yang berkaitan dengan barang maupun harta.⁴⁸

Adapun syarat yang mesti dipenuhi berkenaan dengan objek transaksi (barang dan atau uang) adalah sebagai berikut:

1. Barang yang diperjualbelikan mestilah bersih materinya.
2. Barang yang diperjualbelikan adalah sesuatu yang halal dan bermanfaat.
3. Baik barang atau uang yang dijadikan objek transaksi itu betul-betul telah menjadi milik orang yang melakukan transaksi.
4. Barang dan atau uang yang telah menjadi miliknya itu haruslah telah berada ditangannya atau dalam kekuasaannya dan dapat diserahkan sewaktu terjadi transaksi dan tidak mesti berada dalam majelis akad.

⁴⁸Badrudin, *Tafsir Ayat-Ayat Al-Quran Tentang Ekonomi Islam Prinsip-Prinsip Muamalat*, (Fakultas Syari'ah Dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2009)

5. Barang atau uang dijadikan objek transaksi itu mestilah sesuatu yang diketahui secara transparan, baik kuantitas maupun kualitasnya, bila dalam bentuk sesuatu yang ditimbang jelas timbangannya dan bila sesuatu yang ditakar jelas takarannya. Tidak boleh memperjualbelikan sesuatu yang tidak diketahui kualitas dan kuantitasnya.⁴⁹

Keseimbangan juga harus terwujud dalam kehidupan ekonomi. Sungguh, dalam segala jenis bisnis yang dijalaninya, Nabi Muhammad SAW. menjadikan nilai adil sebagai standar utama. Kedudukan dan tanggung jawab para pelaku bisnis ia bangun melalui prinsip “akad yang saling setuju”.

Prinsip kebebasan ini pun mengalir dalam ekonomi Islam. Prinsip transaksi ekonomi yang menyatakan asas hukum ekonomi adalah halal, seolah mempersilahkan para pelakunya melaksanakan kegiatan ekonomi sesuai yang diinginkan, menumpahkan kreativitas, modifikasi, dan ekspansi seluas dan sebesar-besarnya, bahkan transaksi bisnis dapat dilakukan dengan siapapun secara lintas agama. Kebebasan harus diimbangi dengan pertanggungjawaban manusia, setelah menentukan daya pilih antara baik dan buruk, harus menjalani konsekuensi logisnya.

Wujud dari etika ini adalah terbangunnya transaksi yang *fair* dan bertanggung jawab. Nabi menunjukkan integritas yang tinggi dalam memenuhi segenap klausul kontraknya dengan pihak lain seperti dalam hal pelayanan

⁴⁹Amir Syarifuddin, *Garis-Garis Besar Fiqh*, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 198

kepada pembeli, pengiriman barang secara tepat waktu, dan kualitas barang yang dikirim. Disamping itu, beliau pun kerap mengaitkan suatu proses ekonomi dengan pengaruhnya terhadap masyarakat dan lingkungan. Untuk itu, ia melarang diperjualbelikannya produk-produk tertentu (yang dapat merusak masyarakat dan lingkungan).

Dengan demikian dapatlah dikatakan bahwa tiap-tiap ada hak tentu ada kewajiban dan tiap-tiap ada kewajiban tentu ada hak, maka tidak ada bagi seseorang yang mempunyai hak saja tanpa adanya kewajiban atau mempunyai kewajiban saja tanpa adanya hak.

Hukum Islam lebih mengutamakan kewajiban dibandingkan hak-hak. Jika seseorang telah melaksanakan kewajibannya barulah ia memperoleh haknya. Kewajiban berupa perintah melaksanakan sedangkan pahala merupakan wujud dari hak yang adanya setelah melaksanakan kewajiban.

Didalam tujuan hukum Islam kita dapat kewajiban-kewajiban yang ditujukan pada manusia yang diantaranya adalah kewajiban memelihara jiwa, akal, dan harta. Untuk memelihara jiwa dan menjamin kelangsungan hidupnya, hukum Islam mensyari'atkan kepada manusia untuk mempertahankan kebaikan jiwanya. Kemudian untuk memelihara akal, maka makanan dan minuman yang dikonsumsi itu harus baik/halal dan tidak memabukkan.

Maka, hak-hak pembeli (konsumen) dalam hukum Islam adalah sebagai berikut:

1. Hak mendapatkan barang yang baik. Dalam arti bebas dari cacat tersembunyi, hal ini berarti hak atas informasi dan memilih dan hak mendapatkan barang yang halal, dalam hal ini bebas dari barang-barang yang diharamkan, (Surat Al-Maidah ayat 1)

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَى عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

“Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya.”

2. Hak mendapatkan barang yang bebas dari bahaya atau membahayakan, ini berarti hak atas keselamatan dan keamanan. (surat Ali Imron ayat 29 dan Al-Baqarah ayat 195)

قُلْ إِنْ تَخُفُوا مَا فِي صُدُورِكُمْ أَوْ تُبَدُّوهُ يُعَلِّمَهُ اللَّهُ وَيَعْلَمُ مَا فِي السَّمَوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ وَاللَّهُ عَلَى كُلِّ

شَيْءٍ قَدِيرٌ

“Katakanlah: "Jika kamu Menyembunyikan apa yang ada dalam hatimu atau kamu melahirkannya, pasti Allah Mengetahui". Allah mengetahui apa-apa yang ada di langit dan apa-apa yang ada di bumi. dan Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.”

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ

“Dan belanjakanlah (harta bendamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu menjatuhkan dirimu sendiri ke dalam kebinasaan, dan berbuat baiklah, karena Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik.”

3. Hak khiyar

Yaitu hak pilihan antara membatalkan atau melanjutkan transaksi jual beli.

Dan suatu akad tidak akan sempurna kecuali dengan adanya keridhaan,

sebagaimana firman-Nya Q.S An-Nisa Ayat 29

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

“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.

Allahtelah menjadikan harta sebagai salah satu sebab tegaknya kemaslahatan manusia di dunia. Untuk mewujudkan kemaslahatan tersebut, Allahtelah mensyariatkan cara perdagangan tertentu. Sebab, apa saja yang dibutuhkan oleh setiap orang tidak bisa dengan mudah diwujudkan setiap saat dan karena mendapatkannya dengan menggunakan kekerasan dan penindasan itu merupakan tindakan yang merusak, maka harus ada sistem yang memungkinkan tiap orang untuk mendapatkan apa saja yang dia butuhkan, tanpa harus menggunakan kekerasan dan penindasan. Itulah perdagangan dan hukum-hukum jual beli.

Dalam hal perdagangan, sistem ekonomi Islam juga memberikan kebebasan secara penuh kepada manusia untuk mengembangkan hartanya melalui jalan ini. Islam memberi kebebasan terhadap jenis harta yang akan diperdagangkan, termasuk penentuan harga yang diserahkan sepenuhnya kepada kedua belah pihak yang melakukan transaksi dengan prinsip saling ridha (*antaradlin*). Islam hanya memberi aturan-aturan tertentu secara umum terhadap perdagangan, sehingga mekanisme perdagangan dapat berjalan secara sehat, seperti larangan menjual harta yang diharamkan untuk memilikinya, larangan menipu, larangan melakukan riba dalam perdagangan, larangan mematok harga dan sebagainya.⁵⁰

Akad-akad dalam Islam dibangun atas dasar mewujudkan keadilan dan menjauhkan penganiayaan. Pada asalnya harta seorang muslim lain itu haram, kecuali jika haknya dipindahkan dengan kesukaan hatinya bila ia berikan miliknya itu dengan rela dan bukan karena terpaksa, serta dengan ketulusan bukan karena tertipu atau terkecoh.

Keadilan itu ada yang dapat diketahui oleh setiap orang dengan akalnyanya, seperti halnya pembeli wajib menyerahkan uang dan penjual menyerahkan barang jualannya kepada pembeli, dilarang berbuat curang dalam menakar dan menimbang, wajib jujur dan berterus terang, haram berbuat bohong dan berkhianat, dan bahwa utang itu mesti dibalas dengan melunasinya dan

⁵⁰M.Solahuddin, *Asas-Asas Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2007), h.172-173

mengucapkan syukur. Namun ada pula keadilan yang masih samar, yaitu yang dibawa oleh semua syariat, khususnya syariat Islam. Kita dilarang melakukan muamalat yang menyebabkan pemakanan harta secara bathil, seperti akad-akad riba, perjudian, jual beli-jual beli *gharar* (spekulasi) dan *hadil-habalan* (bayi binatang yang masih ada dalam perut induknya), ataupun akad-akad yang menyembunyikan cacat pada barang jualan.⁵¹

Semua akad dan muamalat membawakan tujuan-tujuan syariat untuk mewujudkan maslahat-maslahat manusia dalam dunia usaha dan memudahkan sarana kehidupan manusia dengan mengagungkan syiar-syiar Allah SWT. dan menegakkan prinsip-prinsip-Nya, memelihara akhlak yang baik dan budi pekerti yang mulia, dan tidak merusak hubungan persaudaraan atau meruntuhkan salah satu nilai Islam yang mulia. Apabila ada tujuan lain dalam akad dan muamalat maka akad dan muamalat itu telah dikuasai setan dan merupakan cara-cara usaha yang rendah.

Semua muamalat dalam Islam akan sempurna bila muamalat itu bersifat jelas, tenang, jauh dari praktek-praktek penipuan, pemalsuan, dan menutupi cacat dan aib.

Jika Allah *Azza wa Jalla* menghapuskan berkah jual beli yang dilakukan dengan menyembunyikan cacat dan pemalsuan terhadap si pembeli, maka syariat tidak bisa membiarkan muamalat itu berlaku ataupun meluluskannya, tetapi

⁵¹Imam Saefudin, *Sistem, Prinsip, dan Tujuan Ekonomi Islam*,(Bandung: CV. Pustaka Setia, 1999), h. 208

memberi hak kepada si pembeli untuk mengembalikan barang yang sudah dibelinya dan menuntut penjual untuk mengganti barang yang telah dia jual.⁵²

Beberapa hukum ekonomi seperti nilai dan harga, hukum permintaan dan penawaran (*demand and supply*), tentang mekanisme pasar dan lain-lain adalah merupakan universal dan gambaran perilaku manusia itu sendiri yang merupakan produk akal, ilmu dan nafsu manusia yang diberikan Allah SWT. kepadanya. Karena itu ajaran Islam mengakuinya sebagai apa adanya, tetapi memberikan rem dan pembatasan melalui agama secara aksiologis.

Adanya batas ini disebabkan manusia itu sering dikendalikan nafsunya yang terlepas dari akal dan ilmunya, seperti ingin kaya sekalipun merugikan orang lain, atau ingin untung bebas dengan merugikan orang lain atau masyarakat sekitar atau alam lingkungan.

Ajaran Islam memberikan beberapa patokan dan batasan antara lain dengan tujuan untuk melindungi golongan yang lemah disatu pihak dan menegakkan akhlak yang jujur dipihak lain. Diantara ajaran ini adalah:

1. Tidak boleh membeli barang yang sudah dipesan orang lain
2. Harus dengan takaran yang ukuran serta kualitas yang sama disetujui, tidak boleh menipu takaran dan kualitas.
3. Jangan membeli barang dimana penjual belum atau tidak mengetahui harga pasar.

⁵² M.Solahuddin, *Asas-Asas Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. RajaGrafindomPersada, 2007), h. 169-199

Hukum Islam memberikan perlindungan kepada kedua belah pihak, baik penjual maupun pembeli yaitu yang masing-masing pihak harus mengetahui harga pasar, mengetahui kualitas dan kuantitas barang. Juga mengandung perlindungan terhadap penjual yang tidak/belum mengetahui harga pasardan terhadap pembeli perlindungan mengenai kuantitas yang sebenarnya. Dengan perkataan lain, penjual harus menjual barang menurut kualitas dan takaran serta harga yang disepakati atas dasar sukarela. Mengenai perlindungan didalam kuantitas dan kualitas dinyatakan oleh Firman Allah SWT dalam Q.S Hud: 85 :

وَيَقُومُوا أَوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتَوْا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ

“Dan Syu'aib berkata: "Hai kaumku, cukupkanlah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-hak mereka dan janganlah kamu membuat kejahatan di muka bumi dengan membuat kerusakan.”

4. Larangan menimbun barang untuk menaikkan harga

Rasul Allah melarang menimbun (*hamsteren*) barang dengan tujuan untuk menaikkan harga.⁵³

Pembungkusan barang barang yaitu suatu kegiatan untuk melindungi dan memberikan bentuk dan citra yang lebih baik dan indah dengan jalan

⁵³ Mochtar Effendy, *Ekonomi Islam Suatu Pendekatan Berdasarkan Ajaran Qur'qn Hadis*,(Palembang: Yayasan Pendidikan dan Ilmu Islam Al-Mukhtar, 1996), h. 79

membungkusnya didalam bentuk tertentu dan didalam kualitas tertentu pula menurut perjanjian, atau menurut ketentuan (peraturan) yang diadakan terlebih dahulu.

Ada dua prinsip mengenai pembungkusan yang kita lihat dari ajaran Rasul Allah yaitu untuk melindungi barang agar selamat ketangan pembeli dan tidak mengandung tipuan.

Barang-barang tersebut selamat dan sejahtera sampai pada pembeli. Karena itu bungkusnya mesti kuat dan baik. Analog dengan hadis Rasul Allah yang menyatakan jika menjual buah-buahan itu haruslah sudah jelas masaknyanya, sebagai perlindungan terhadap konsumen.

Barang yang dibungkus itu harus benar-benar sesuai menurut kualitas dan jumlah seperti yang tertera didalam keterangan yang tercetak diatas label bungkusannya.

Dalam periklanan adalah bagian dari kegiatan memajukan penjualan (*sales promotion*). Karena itu usaha periklanan juga boleh. Hanya saja harus dilakukan dengan jujur. Tidak boleh bohong, tidak boleh menipu, baik didalam kuantitas maupun kualitas. Inilah etika dasar menurut ajaran Islam.

Didalam kebijakan periklanan kita harus jujur, tidak boleh ada tipuan. Suatu produk haruslah jelas diterangkan kegunaannya, komposisi bahan mentahnya (*ingredient*). Harus diterangkan beratnya yang sesuai dengan apa adanya. Harus diterangkan cara pemakaiannya, dan juga harus dijelaskan tanggal, bulan, dan tahun dari kebolehan barang tersebut boleh dipergunakan.

Salah satu yang penting didalam periklanan adalah *branding* (pemberian merek dagang). Didalam pemberian merek dagang haruslah disesuaikan dengan kualitas barang yang ada dan tidak boleh meniru merek orang lain. Hal tersebut terlarang baik didalam hukum negara maupun agama.⁵⁴

B. Tinjauan UU No.8 Tahun 1999 Terhadap Perlindungan Konsumen

Undang-undang No.8 Tahun 1999 Tentang perlindungan konsumen menyebutkan, pembangunan ekonomi nasional pada era globalisasi harus mampu menghasilkan aneka barang dan jasa yang memiliki kandungan teknologi yang dapat menjadi sarana penting kesejahteraan rakyat, dan sekaligus mendapatkan kepastian atas barang dan/atau jasa yang diperoleh dari perdagangan tanpa mengakibatkan kerugian konsumen.

Semakin terbukanya pasar nasional sebagai akibat proses globalisasi ekonomi, harus tetap menjamin peningkatan kesejahteraan masyarakat. Demikian juga kepastian tentang mutu, jumlah dan keamanan barang dan/atau jasa yang diperolehnya dari pasar. Upaya menjaga harkat dan martabat konsumen perlu didukung peningkatan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuhkembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab.

Globalisasi dan perdagangan bebas yang ditunjang oleh pesatnya kemajuan teknologi telekomunikasi dan informatika semakin membuat pesat

⁵⁴ Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), h. 78

dan luasnya ruang gerak arus transaksi barang dan/atau jasa yang ditawarkan ketengah pasar. Barang dan/atau jasa yang ditawarkan itu bukan saja pada tingkat produk dalam negeri tetapi justru lebih pesat dari luar negeri. Disatu sisi terhadap konsumen ada manfaat yang timbul dari kondisi demikian, dimana barang dan/atau jasa yang diinginkannya dapat terpenuhi. Demikian juga semakin terbuka lebar kebebasan untuk menjatuhkan pilihan terhadap pelbagai aneka jenis dan mutu barang dan/atau jasa sesuai selera dan kemampuan konsumen. Disisi lain fenomena dan kondisi demikian dapat menjadikan posisi konsumen lemah dan tidak berimbang. Bahkan konsumen menjadi obyek aktivitas pelaku usaha yang mengeksploitasinya demi mencapai profit yang sebesar-besarnya melalui misalnya promosi, cara penjualan, penerapan perjanjian standar yang merugikan, janji-janji kosong dan sebagainya.

Sudah dua belas tahun berlaku sejak diundangkannya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Melalui undang-undang yang diberlakukan pada 20 April 2000 ini, hak-hak dan kewajiban konsumen di Indonesia lebih dilindungi dan diberdayakan.

Dalam kurun waktu yang cukup panjang tersebut, dinamika isu perlindungan konsumen bergulir sejalan dengan dinamika kemajuan ekonomi dan dinamika transaksi antara pelaku usaha dan konsumen.⁵⁵

⁵⁵ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), h.6

Undang-undang tentang perlindungan konsumen pada dasarnya bukan merupakan awal dari hukum yang mengatur tentang perlindungan konsumen, sebab sampai pada saat terbentuknya Undang-undang tentang perlindungan konsumen ini telah ada beberapa Undang-undang yang materinya melindungi kepentingan konsumen.

Dalam penjelasan UU No.8 Tahun 1999 mengenai perlindungan konsumen disebutkan bahwa peranti hukum yang melindungi konsumen tidak dimaksudkan untuk mematikan usaha pelaku usaha, tetapi justru sebaliknya sebab perlindungan konsumen dapat mendorong ikatan berusaha yang sehat serta lahirnya perusahaan yang tangguh dalam menghadapi persaingan melalui penyediaan barang dan/atau jasa yang berkualitas.

Selain itu, dikemudian hari masih terbuka kemungkinan terbentuknya UU yang baru yang pada dasarnya memuat ketentuan yang melindungi konsumen, meskipun secara umum dikatakan bahwa UU tentang perlindungan konsumen ini merupakan payung yang berusaha mengintegrasikan penegakkan hukum dibidang perlindungan konsumen.

Dengan berlakunya Undang-Undang No. 8 Tahun 1999, maka setiap pelaku usaha baik prinsipal, agen, distributor, dealer, dan pengecer yang menjual barang dan/atau jasa secara langsung ataupun melalui pedagang perantara kepada konsumen bertanggung jawab terhadap kualitas barang dan/atau jasa dan

kerugian yang diderita konsumen. Selama barang tersebut tidak mengalami perubahan.⁵⁶

Dalam menghadapi tantangan di era global, pemahaman akan pentingnya perlindungan konsumen perlu diperkuat agar konsumen mampu membuat pilihan dan keputusan yang tepat dalam bertransaksi, mendorong persaingan usaha yang sehat antar pelaku usaha, dan peningkatan daya saing produk dalam negeri. Hal tersebut penting karena konsumen harus waspada, karena tidak jarang berbagai tawaran barang murah yang beredar dipasar justru mengancam atau merugikan konsumen. Masih segar dalam ingatan kita, berbagai barang murah (seperti mainan anak, pangan, obat-obatan, kosmetika, peralatan rumah tangga dan sebagainya) ternyata mengandung bahan berbahaya dan tidak memenuhi ketentuan standar yang dipersyaratkan.

karena itu, sudah saatnya konsumen tidak lagi menjadi objek atau target pasar produk impor yang tidak layak. Konsumen Indonesia harus menjadi subjek atau pelaku pasar yang cerdas dan kritis dalam memilih produk yang baik, mengedepankan tanggung jawab sosialnya untuk selalu bangga dan memilih produk buatan Indonesia, dan tanggung jawab akan kelestarian lingkungan.

Tentunya upaya penegakkan hukum tetap diperlukan sebagai bentuk perlindungan atau jaminan kepastian hukum kepada masyarakat konsumen. Namun perlindungan mandiri oleh konsumen merupakan bentuk

⁵⁶Suharnoko, *Hukum Perjanjian Toeri dan Analisa Kasus*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), h.

perlindungan yang sampai saat ini paling efektif untuk dilakukan. Oleh karena itu, dibutuhkan upaya yang kontinyu dan komprehensif guna mencerdaskan konsumen agar mengerti hak, kewajibannya, serta tanggung jawabnya. Konsumen cerdas adalah konsumen yang telah siap menghadapi berbagai tantangan di era global. Indikasi konsumen cerdas ditandai dengan pemahaman akan hak dan kewajibannya, sikap kritis dan berhati-hati dalam memilih barang dan/atau jasa, sehingga ia mampu melindungi diri, keluarga, dan lingkungannya terhadap barang dan/atau jasa yang tidak memenuhi aspek keamanan, kesehatan, keselamatan, dan lingkungan. Selain itu, konsumen cerdas juga memiliki tanggung jawab sosial terhadap masyarakat dan Negara yang diindikasikan dengan pro produk Indonesia dan pro lingkungan.

Dari hasil pengamatan BPKN terhadap berbagai pengaduan konsumen sepanjang tahun 2011 antara lain kasus pangan yang mengandung bahan berbahaya, klausula baku yang merugikan konsumen, layanan transportasi yang belum memenuhi aspek keselamatan dan keamanan, penagihan kartu kredit dengan kekerasan melalui *debt collector* dan lain-lain, menunjukkan bahwa terkadang aparat berwenang belum sepenuhnya memahami dan mendudukkan hak-hak konsumen pada posisi yang tepat karena hanya menjerat dengan menggunakan peraturan yang menguntungkan pihak yang memiliki posisi tawar lebih kuat. Ada beberapa faktor yang membuat ketentuan didalam UUPK seringkali tidak digunakan sebagai dasar hukum oleh aparat penegak hukum dalam penanganan kasus konsumen, yaitu:

- a. Aparat penegak hukum belum sepenuhnya memahami UUPK, terutama mengenai hak dan kewajiban antara konsumen dan pelaku usaha.
- b. Hukum hanya dimaknai apa yang ada didalam peraturan saja, belum memperhatikan rasa keadilan dalam masyarakat dan penegakkan hukum terkesan kurang transparan.
- c. Pengawasan terhadap kualitas kinerja aparat penegak hukum masih kurang, ditengah rendahnya kepercayaan masyarakat terhadap penegakkan hukum akibat KKN.⁵⁷

Penjelasan umum undang-undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) pada alenia delapan menyebutkan, undang-undang ini mengacu pada filosofi pembangunan nasional, termasuk pembangunan hukum didalamnya yang memberikan perlindungan terhadap konsumen yang berlandaskan kepada Pancasila dan UUD 1945. Ada lima asas perlindungan konsumen yang ditetapkan UUPK (pasal 2).

Asas-asas tersebut meliputi yakni:

1. Asas manfaat, perlindungan konsumen harus memberikan manfaat semaksimal mungkin, baik bagi kepentingan konsumen maupun bagi pelaku usaha secara keseluruhan.

⁵⁷ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*,..., .., h.10

2. Asas keadilan, memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
3. Asas keseimbangan, memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual.
4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen, memberikan jaminan keamanan dan keselamatan konsumen atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
5. Asas kepastian hukum, para pelaku usaha dan konsumen harus mentaati hukum dan memperoleh keadilan, dimana negara menjamin kepastian hukum.

Asas-asas perlindungan tersebut diatas, dipadankan dengan tujuan perlindungan konsumen. Pasal 3 UUPK menetapkan 6 tujuan perlindungan konsumen, yakni:

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen supaya terhindar dari dampak negatif pemakaian barang dan/atau jasa.
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam mengambil keputusan mengenai hak-hak konsumennya.

4. Menciptakan sistem perlindungan yang berkepastian hukum, keterbukaan informasi serta akses memanfaatkan informasi.
5. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha untuk bersikap jujur dan bertanggung jawab supaya konsumennya dapat terlindungi.
6. Meningkatkan kualitas produksi dengan jaminan kesehatan, kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen.⁵⁸

Kualitas Produksi Pasal 39 (1) Dalam meningkatkan kualitas produk Alat Peralatan Pertahanan dan Keamanan, Industri Pertahanan harus menghasilkan produk yang optimal dan berorientasi pada produk baru dan peningkatan kualitas produk yang telah ada. (2) Dalam peningkatan kualitas produk Alat Peralatan Pertahanan dan Keamanan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Pemerintah mengeluarkan surat keterangan kelaikan Alat Peralatan Pertahanan dan Keamanan.

Upaya pemberdayaan konsumen merupakan bentuk kesadaran mengenai karakteristik khusus dunia konsumen, yakni adanya perbedaan kepentingan yang tajam antara pihak yang berbeda posisi tawarnya. Konsumen biasanya berekonomi lemah. Pelaku usaha memiliki pengetahuan yang lebih tentang informasi atas keadaan produk yang dibuatnya. Mereka umumnya berada pada posisi lebih kuat, baik dari segi ekonomi, dan tentunya pula dalam posisi tawar.

Dibukanya ruang penyelesaian sengketa secara khusus oleh UUPK 1999 memberikan berbagai manfaat bagi berbagai kalangan, bukan saja bagi

⁵⁸ NHT Sihan, *Hukum Konsumen*, (Jakarta: Panta Rei, 2005), h.84

konsumen tetapi juga bagi pelaku usaha sendiri, bahkan juga bagi pemerintah.

Manfaat bagi konsumen adalah:

1. Mendapatkan ganti rugi atas kerugian yang diderita
2. Melindungi konsumen lain agar tidak mengalami kerugian yang sama, karena satu orang mengadu maka sejumlah orang lainnya akan dapat tertolong. Komplain yang diajukan konsumen melalui ruang publik dan mendapat liputan media massa akan menjadi mendorong tanggapan yang lebih positif kalangan pelaku usaha.
3. Menunjukkan sikap kepada masyarakat pelaku usaha supaya lebih memperhatikan kepentingan konsumen.

Bagi kalangan pelaku usaha, ruang penyelesaian sengketa atau penegakkan hukum konsumen memiliki arti dan dampak tertentu. Manfaatnya adalah:

1. Pengaduan dapat dijadikan tolok ukur dan titik tolak untuk perbaikan mutu produk dan memperbaiki kekurangan lain yang ada.
2. Dapat sebagai informasi dari adanya kemungkinan produk tiruan
3. Menghindari persaingan tidak sehat

Bagi pemerintah sebagai pengambil kebijakan dan pengendali berbagai kepentingan rakyat, perkembangan itu penting karena memberikan manfaat-manfaat seperti berikut:

1. Lebih memudahkan pengawasan dan pengendalian terhadap produk yang beredar di pasaran
2. Mengetahui adanya kelemahan penerapan peraturan atau standar pemerintah
3. Merevisi berbagai standar yang ada⁵⁹

Menurut penulis, UUPK kita dalam menuju kepada komprehensivitas dan integralnya peraturan perundang-undangan tentang kepentingan konsumen, telah banyak diinspirasi dan terdorong oleh semangat negara-negara lain dan organisasi-organisasi perlindungan konsumen internasional dalam menetapkan berbagai sikap, komitmen, program, rencana aksi, formula hukum dan tindak lanjut lainnya. Dengan diundangkannya UUPK terdapat landasan penting upaya pemberdayaan konsumen dalam bidang hukum terutama tentang pengembangan hak-hak konsumen. UUPK juga secara tegas dan eksplisit mengatur tentang kewajiban serta tanggung jawab pelaku usaha.

⁵⁹ NHT Sihan, *Hukum Konsumen*, (Jakarta: Panta Rei, 2005), h.203

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dari uraian yang telah penulis paparkan diatas dari hasil analisis dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Ekonomi dan praktik bisnis Islami berkaitan sangat erat dengan akidah dan syariah Islam. Keterikatan dengan akidah/kepercayaan yang melekat dengan mengindahkan perintah dan larangan Allah, mendorong penerapan akhlak sehingga terjalin hubungan harmonis antara pelaku usaha dan konsumen yang pada gilirannya akan mengantar kepada lahirnya keuntungan bersama, bukan sekedar keuntungan sepihak. Selain itu, ajaran Islam menuntut pelaku usaha untuk tidak sekedar menjual produk demi mengeruk keuntungan secara finansial semata tetapi lebih pada kenyamanan bertransaksi dan pelayanan yang baik diberikan saat bertransaksi, serta menjunjung tinggi akhlakul karimah. Ajaran Islam memberikan beberapa patokan dan batasan dengan tujuan untuk melindungi golongan yang lemah disatu pihak (konsumen) dan menegakkan akhlak yang jujur dipihak lain (pelaku usaha).
2. UU No.8 Tahun 1999 merupakan salah satu peranti hukum yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan konsumen dan tidak dimaksudkan untuk mematikan usaha/bisnis pelaku

usaha, tetapi justru sebaliknya sebab perlindungan konsumen dapat mendorong ikatan berusaha yang sehat serta lahirnya perusahaan yang tangguh dalam menghadapi persaingan melalui penyediaan barang dan/atau jasa yang berkualitas.

B. Saran-saran

Dengan berakhirnya tulisan dalam pembahasan tentang Perlindungan Konsumen terhadap Kualitas Produk dalam Perspektif Hukum Islam Dan UU Perlindungan Konsumen, kiranya penulis memiliki saran-saran berikut:

1. Semua muamalat dalam Islam akan sempurna bila muamalat itu bersifat jelas, tenang, jauh dari praktek-praktek penipuan, pemalsuan, dan menutupi cacat dan aib. Maka, bagi semua pihak khususnya umat Islam agar mampu memahami dan menjalankan akan hak, kewajiban dan tanggung jawabnya supaya tercipta keharmonisan dalam kehidupan khususnya dalam berbisnis.
2. Dengan diberlakukannya UUPK, maka pihak yang berwenang yakni Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) harus terus berupaya untuk merealisasikan/mengaplikasikan apa yang terkandung dalam UUPK tersebut demi terwujudnya perlindungan konsumen dan terciptanya iklim bisnis yang sehat.