

A. Perlindungan Hukum Konsumen

1. Pengertian Perlindungan Hukum Konsumen

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pengertian perlindungan adalah hal memperlindungi atau memproteksi, sedangkan konsumen adalah pemakai barang hasil produksi (bahan pakaian, makanan, dan sebagainya), penerima pesan iklan, dan pemakai jasa. Dari pengertian tersebut sudah mulai menggambarkan apa itu perlindungan konsumen. Berdasarkan UUPK Pasal 1 ditentukan bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.

Menurut Az. Nasution, bahwa hukum perlindungan konsumen adalah bagian dari hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur dan mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen, sedangkan hukum konsumen adalah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang atau jasa konsumen di dalam pergaulan hidup.²² Hukum perlindungan konsumen memiliki unsur-unsur di dalamnya yang terbentuk dari pola hubungan perlindungan konsumen, unsurnya itu sendiri adalah konsumen, pelaku usaha, dan barang dan/atau jasa.

Perlindungan konsumen merupakan suatu masalah yang berkaitan dengan kepentingan manusia, oleh karena itu menjadi harapan bagi semua

²²Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia edisi Revisi 2006*, Gramedia Widiasarana, Jakarta, 2006, hlm. 3.

bangsa di dunia khususnya Negara Indonesia untuk dapat mewujudkan perlindungan hukum dan jaminan kepastian hukum terhadap konsumen yang merasa dirugikan tersebut agar dapat terpenuhinya hak-hak konsumen.²³ Konsumen memerlukan perlindungan hukum dikarenakan konsumen dinilai memiliki kedudukan yang lemah bila dibandingkan dengan pelaku usaha. Ada beberapa faktor yang dapat dijadikan indikator lemahnya kedudukan konsumen dibanding dengan kedudukan produsen atau pelaku usaha, yaitu:²⁴

- a. Tingginya tingkat ketergantungan terhadap suatu produk;
- b. Lemahnya pengetahuan tentang proses produksi;
- c. Lemahnya kemampuan tawar menawar (*bargaining power*) secara ekonomis.

Dengan adanya UUPK yang merupakan hukum positif yang ada di Indonesia, maka hak-hak dan kepentingan konsumen menjadi terlindungi dan terjamin secara pasti. Kepastian hukum untuk dapat memberikan perlindungan hukum kepada konsumen tersebut antara lain adalah dilakukan dengan cara memberikan pendidikan bagi konsumen guna meningkatkan harkat dan martabatnya, serta pelaku usaha yang membuka akses informasi secara jujur dan terbuka berkaitan dengan kondisi bahkan jaminan atas barang dan/atau jasa yang diperdagangkan kepada konsumen.²⁵

²³ Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Ctk. Pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2015, hlm. 5.

²⁴ Burhanuddin, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal*, Ctk. Pertama, UIN-Maliki Press, Malang, 2011, hlm. 2.

²⁵ Eli Wuria Dewi, *Op Cit*, hlm. 6

Perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang luas, meliputi perlindungan konsumen terhadap barang dan jasa, yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa hingga sampai akibat-akibat dari pemakaian barang dan/atau jasa tersebut.²⁶ Cakupan perlindungan konsumen itu dapat dibedakan dalam dua aspek, yaitu:²⁷

- a. Perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati.
- b. Perlindungan terhadap diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil kepada konsumen.

Dalam memberikan perlindungan hukum kepada konsumen, terdapat asas atau fondasi dari hukum positif mengenai perlindungan konsumen itu sendiri, berikut dijelaskan mengenai masing-masing asas-asas perlindungan hukum terhadap konsumen secara lebih rinci sebagaimana yang telah tercantum di dalam Pasal 2 UUPK, yaitu:²⁸

- a. Asas Manfaat, yaitu untuk mengamanatkan bahwa segala upaya yang dilakukan dalam penyelenggaraan penyelesaian permasalahan perlindungan konsumen, harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan, sehingga tidak akan ada pihak yang merasa adanya diskriminasi.
- b. Asas Keadilan, yaitu dalam pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen tersebut, antara konsumen dan produsen

²⁶ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Ctk. Pertama, Kharisma Putra Utama, Jakarta, 2013, hlm. 22.

²⁷ Adrianus Meliala, *Praktis Bisnis Curang*, Ctk. Pertama, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1993, hlm. 152.

²⁸Eli Wuria Dewi, *Op Cit*, hlm. 11.

(pengusaha) dapat berlaku adil melalui perolehan hak maupun pelaksanaan kewajibannya yang dilakukan secara seimbang, oleh karena itulah UUPK telah mengatur secara jelas mengenai hak dan kewajiban yang dimiliki oleh konsumen maupun pelaku usaha.

- c. Asas Keseimbangan, yaitu asas ini menghendaki agar konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dapat memperoleh manfaat yang seimbang dari pengaturan serta penegakan hukum terhadap perlindungan konsumen.
- d. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen, yaitu dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan, kenyamanan, dan keselamatan kepada konsumen di dalam penggunaan, pemakaian, pemanfaatan serta mengkonsumsi barang dan/ atau jasa yang dikonsumsi.
- e. Asas Kepastian Hukum, yaitu agar baik pelaku usaha maupun konsumen dapat menaati hukum serta memperoleh keadilan di dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen dan Negara yang memberikan jaminan kepastian hukum.

Tujuan yang ingin dicapai perlindungan konsumen umumnya dapat dibagi dalam tiga bagian utama, yaitu:²⁹

- a. Memberdayakan konsumen dalam memilih, menentukan barang dan/atau jasa kebutuhannya, dan menuntut hak-haknya (Pasal 3 Huruf c)

²⁹Adrian Sutedi, *Tanggung Jawab Produk dalam Perlindungan Konsumen*, Ctk. Pertama, Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor, hlm. 9.

- b. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang memuat unsur-unsur kepastian hukum, keterbukaan informasi, dan akses untuk mendapatkan informasi itu (Pasal 3 Huruf d)
- c. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap jujur dan bertanggung jawab (Pasal 3 Huruf e)

2. Batasan Konsumen

Menurut *Dictionary of Law Complete Edition*, konsumen merupakan pihak yang memakai atau menggunakan barang dan jasa, baik untuk kepentingan diri sendiri maupun untuk kepentingan orang lain.³⁰ Dalam UUPK Pasal 1 angka 2 ditentukan 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.

Konsumen pada umumnya diartikan sebagai pemakai terakhir dari produk yang diserahkan kepada mereka oleh pengusaha, yaitu setiap orang yang mendapatkan barang untuk dipakai dan tidak untuk diperdagangkan atau diperjualbelikan lagi.³¹ Namun menurut Az. Nasution terdapat tiga batasan dalam konsumen, yaitu:³²

³⁰ M. Marwan dan Jimmy P., *Kamus Hukum*, Ctk. Pertama, Reality Publisher, Surabaya, hlm. 378.

³¹ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Ctk. Pertama, Citra Aditya Bakti, Bandung, hlm. 17.

³² Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Diadit Media, Jakarta, 2002, hlm. 13.

- a. Konsumen Komersial (*commercial consumer*) adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa lain dengan tujuan mendapatkan keuntungan.
- b. Konsumen Antara (*intermediate consumer*) adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa yang digunakan untuk diperdagangkan kembali juga dengan tujuan mencari keuntungan.
- c. Konsumen Akhir (*ultimate consumer/ end user*) adalah setiap orang yang mendapatkan dan menggunakan barang dan/atau jasa untuk memenuhi kebutuhan kehidupan pribadi, keluarga, orang lain dan makhluk hidup lainnya dan tidak untuk diperdagangkan kembali dan/atau untuk mendapatkan keuntungan kembali.

Berdasarkan penjelasan mengenai konsumen, terdapat hak dan kewajiban dari konsumen yang perlu diperhatikan. Hak dan kewajiban konsumen telah diatur di dalam UUPK Pasal 4 dan Pasal 5. Menurut Shidarta, terdapat 4 dasar hak konsumen, yaitu:³³

- a. Hak untuk mendapatkan keamanan

Konsumen berhak mendapatkan keamanan dari barang dan jasa yang ditawarkan kepadanya. Produk barang dan jasa itu tidak boleh membahayakan jika dikonsumsi sehingga konsumen tidak dirugikan baik

³³Shidarta, Op Cit, hlm. 19.

secara jasmani atau rohani terlebih terhadap barang dan jasa yang dihasilkan dan dipasarkan oleh pelaku usaha yang berisiko sangat tinggi.³⁴

b. Hak untuk mendapatkan informasi

Setiap produk yang diperkenalkan kepada konsumen harus disertai informasi yang benar baik secara lisan, melalui iklan di berbagai media atau mencantumkan dalam kemasan produk (barang). Hal ini bertujuan agar konsumen tidak mendapat pandangan dan gambaran yang keliru atas produk barang dan jasa.

c. Hak untuk memilih

Konsumen berhak untuk menentukan pilihannya dalam mengkonsumsi suatu produk. Ia juga tidak boleh mendapat tekanan dan paksaan dari pihak luar sehingga ia tidak mempunyai kebebasan untuk membeli atau tidak membeli.³⁵

d. Hak untuk didengar

Hak ini berkaitan erat dengan hak untuk mendapatkan informasi. Ini disebabkan informasi yang diberikan oleh pihak yang berkepentingan sering tidak cukup memuaskan konsumen.³⁶

³⁴*Ibid*, hlm 23.

³⁵*Ibid*, hlm. 27

³⁶*Ibid*, hlm. 26

3. Batasan Pelaku Usaha

Pelaku usaha atau juga terkadang disebut sebagai produsen. Menurut UUPK Pasal 1 angka 3 menyebutkan bahwa pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan di wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha berbagai bidang ekonomi.

Pelaku usaha di dalam UUPK memiliki kewajiban untuk beritikad baik di dalam melakukan atau menjalankan kegiatan usahanya, sedangkan bagi konsumen diwajibkan beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.³⁷ Pelaku usaha memiliki kewajiban memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur, karena ketiadaan informasi yang tidak memadai dari pelaku usaha merupakan salah satu cacat produk (cacat informasi), yang akan sangat merugikan konsumen.³⁸ Hak dan kewajiban pelaku usaha telah diatur dalam UUPK Pasal 6 dan 7. Hak dan kewajiban yang diamatkan oleh UUPK terhadap pelaku usaha tersebut, bertujuan agar di dalam menjalankan kegiatan usahanya, pelaku usaha harus selalu mengingat tanggung jawab yang dibebankan kepadanya atas seluruh produk yang dihasilkan, diedarkan dan diperdagangkannya.³⁹

³⁷Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen edisi Revisi*, Raja Grafindo Persada, 2015, hlm. 55.

³⁸Eli Wurua Dewi, *Op Cit*, hlm. 58

³⁹*Ibid*, hlm. 59.

Hak pelaku usaha di dalam Pasal 6 UUPK dimaksudkan agar konsumen juga dapat memahami hak-hak produsen, sehingga diharapkan konsumen juga tidak merugikan pelaku usaha.⁴⁰ Pelaku usaha memiliki kewajiban untuk selalu bertanggung jawab atas setiap barang dan/atau jasa yang diproduksi dan diperdagangkannya, akan tetapi agar dapat tercipta keseimbangan antara pelaku usaha atau produsen dan konsumen, maka konsumen juga harus cukup pandai untuk melindungi dirinya sendiri dari kemungkinan hal yang merugikan dirinya dan berhati-hati di dalam memilih setiap produk yang hendak dibeli dan dikonsumsinya.⁴¹

4. Batasan Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Berbicara tentang hukum perlindungan konsumen pasti juga berkaitan dengan pembahasan mengenai bentuk tanggung jawab dari pelaku usaha. Bentuk pertanggung jawaban pelaku usaha ini terjadi apabila terdapat konsumen yang merasa dirugikan atas perbuatan dari pelaku usaha. Bentuk tanggung jawab pelaku usaha terdapat dalam Pasal 19 UUPK, menyebutkan:

- (1) Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti-rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan;
- (2) Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis

⁴⁰*Ibid*, hlm. 60.

⁴¹*Ibid*, hlm. 61

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 sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen

Berdasarkan penjabaran tanggung jawab pelaku usaha berdasarkan UUPK, jika memperhatikan substansi dari tanggung jawab pelaku usaha yang diatur dalam UUPK, maka dapat diketahui bahwa tanggung jawab pelaku usaha itu meliputi:⁴²

- a. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerusakan;
- b. Tanggung jawab kerugian atas pencemaran; dan
- c. Tanggung jawab ganti kerugian atas kerugian konsumen. Hal ini meliputi segala bentuk kerugian yang dialami oleh konsumen.

5. Perbuatan yang Dilarang bagi Pelaku Usaha

Pelaku usaha memiliki batasan dalam melakukan kegiatan usahanya.

Hal ini diatur di dalam UUPK Pasal 8 sampai dengan Pasal 17. Adanya

⁴²Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Op Cit*, hlm. 125.

aturan ini membatasi ruang gerak pelaku usaha untuk melakukan perbuatan yang bisa merugikan konsumen dari perbuatan pelaku usaha yang tidak jujur. Mengingat posisi dari konsumen yang dinilai ada di posisi lebih lemah dari pelaku usaha, adanya aturan ini sangat melindungi kedudukan dari konsumen. Perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha di dalam UUPK dibagi dalam 3 kelompok yaitu:⁴³

- a. Pasal 8 tentang larangan bagi pelaku usaha dalam kegiatan produksi.
- b. Pasal 9 sampai 16 tentang larangan bagi pelaku usaha dalam kegiatan produksi.
- c. Pasal 17 tentang larangan bagi pelaku usaha dalam periklanan.

Sesuai dengan permasalahan dalam penelitian ini, perbuatan yang dilanggar dari pelaku usaha adalah Pasal 8 UUPK tentang larangan bagi pelaku usaha dalam kegiatan produksi. Penjelasan Pasal 8 UUPK sebagai berikut:

(1) Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang :

- a. tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;

- b. tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau *netto*, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;

⁴³ <http://www.jurnalhukum.com/perbuatan-yang-dilarang-bagi-pelaku-usaha/> diakses tanggal 17 Agustus 2019.

- c. tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
- d. tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- e. tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- f. tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
- g. tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
- h. tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label;
- i. tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau *netto*, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus di pasang/dibuat;

j. tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

(2) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.

(3) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.

(4) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

6. Hubungan Hukum antara Pelaku Usaha dan Konsumen

Hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen adalah sebuah hubungan yang akan terus ada dan berkesinambungan. Hubungan antar kedua pihak ini dapat terjadi secara langsung maupun tidak langsung. Hubungan yang terjadi secara langsung biasanya terjadi karena timbul perjanjian yang dibuat secara langsung atau berdasarkan Undang-Undang. Hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen merupakan hubungan yang memiliki hak dan kewajiban yang harus dipenuhi.

Konsumen yang membutuhkan pelaku usaha sebagai sumber dimana Ia dapat memenuhi kebutuhannya dan pelaku usaha yang membutuhkan konsumen untuk memenuhi kebutuhan yang Ia jualkan. Dari kegiatan pelaku usaha dan konsumen tersebut biasanya timbul penawaran atas produk yang menimbulkan perikatan atau perjanjian baik secara tertulis maupun lisan. Perjanjian tersebut dijadikan sebagai Undang-Undang bagi kedua pihak dan apabila kemudian ada salah satu pihak yang tidak menjalankan kewajiban dari perjanjian tersebut yang sesuai dengan KUHPer Pasal 1338 yang menyatakan bahwa semua kontrak (perjanjian) yang dibuat secara sah berlaku sebagai Undang-Undang bagi mereka yang membuatnya.

Kegiatan penawaran atau jual beli ini sendiri memiliki tahapan sebelum konsumen memakai atau mengonsumsi produk yang diberikan oleh pelaku, tahapan-tahapan transaksi itu dapat dibedakan dalam tiga tahap, yaitu:⁴⁴

a. Tahap Pratransaksi

Yang dimaksud dengan tahap ini adalah tahap sebelum adanya perjanjian/transaksi konsumen, yaitu keadaan-keadaan atau peristiwa-peristiwa yang terjadi sebelum konsumen memutuskan untuk membeli dan memakai produk yang diedarkan konsumen. Pada tahap ini, sesuai dengan haknya sebagai konsumen, ia mencoba mencari informasi mengenai kebutuhannya, antara lain syarat-syarat yang perlu dipenuhi/disediakan, harga, komposisi, kegunaan cara

⁴⁴Janus Sidabalok, *Op Cit*, hlm. 69.

pemakaian/penggunaan, dan sebagainya. Meskipun belum memasuki tahapan transaksi yang sesungguhnya, tahap pratransaksi ini penting sekali karena dapat mempengaruhi keabsahan dari tahapan transaksi selanjutnya, termasuk keabsahan dari hak dan kewajiban yang timbul sebagaimana yang sudah dijelaskan di atas. Karena itu, para pihak harus hati-hati dalam mengikuti tahapan ini.

b. Tahap Transaksi

Setelah calon konsumen-pembeli memperoleh informasi yang cukup mengenai kebutuhannya, kemudian ia mengambil keputusan apakah membeli atau tidak. Di sini konsumen-pembeli mempergunakan salah satu haknya, yaitu hak untuk memilih (menentukan pilihan). Apabila konsumen sudah menyatakan persetujuannya, pada saat itu lahir perjanjian, sebab penawaran produsen-penjual telah mendapat jawaban di dalam penerimaan dari konsumen-pembeli. Menurut hukum perdata, kesepakatan lahir karena bertemunya penawaran (offer) dengan penerimaan (acceptance), sebab kedua-duanya adalah sama-sama pernyataan kehendak. Pada tahap inilah disepakati apa yang menjadi hak dan kewajiban para pihak, termasuk cara-cara pemenuhannya. Dalam menyelenggarakan transaksi, konsumen hendaknya dibiasakan memberi/menerima tanda bukti pembelian berupa secarik kertas yang di dalamnya ditulis dengan jelas mengenai jenis barang yang dibeli dan harganya serta keterangan lain yang perlu. Hal ini perlu untuk menghindari

kemungkinan perselisihan di kemudian hari. Pemberi/penerimaan tanda bukti suatu ketika dapat menguntungkan kedua belah pihak.

c. Tahap Purnatransaksi

Transaksi (perjanjian, kontrak) yang sudah dibuat antara produsen-penjual dan konsumen-pembeli tentunya masih harus direalisasikan, yaitu diikuti dengan pemenuhan hak dan kewajiban di antara mereka sesuai dengan isi perjanjian yang dibuat itu. Artinya, tahap pengikatan perjanjian sebenarnya hanya bagian awal yang masih harus diikuti dengan perbuatan pelaksanaan. Dengan kata lain, realisasi dari perjanjian itulah yang sebenarnya dimaksudkan oleh para pihak. Sebab menurut sifatnya perjanjian jual beli adalah perjanjian obligatoir. Sehubungan dengan transaksi antara produsen-penjual dan konsumen-pembeli, beberapa hal yang potensial melahirkan konflik adalah kualitas dan kegunaan produk (antara informasi dan faktanya), harga, dan hak-hak konsumen-pembeli setelah perjanjian (yang disebut dengan layanan purnajual, seperti garansi dan sebagainya). Kualitas dan kegunaan produk yang berbeda antara informasi yang diperoleh sebelumnya dan kenyataan setelah dipakai dapat berupa:

- (1) Produk tidak cocok dengan kegunaan dan manfaat yang diharapkan konsumen-pembeli.

Kemungkinan penyebabnya adalah adanya kesalahan informasi yang diberikan oleh pihak produsen, dalam arti produsen tidak jujur (berbohong) dalam memberi keterangannya. Kemungkinan lain

adalah bahwa produk tersebut mengandung cacat tersembunyi yang mengurangi manfaat dan kegunaanya.

- (2) Produk menimbulkan gangguan kesehatan, keamanan, dan keselamatan pada konsumen-pembeli.

Artinya, setelah produk dipakai, konsumen jatuh sakit atau bahkan mati. Hal ini bisa disebabkan oleh cacat tersembunyi yang terkandung di dalam produk, misalnya produk mengandung bahan-bahan terlarang atau membahayakan orang. Di sini hendaknya konsumen teliti sebelum memutuskan untuk memakai atau mengonsumsi produk.

- (3) Kualitas produk tidak sesuai dengan harga yang dibayarkan.

Artinya, bahwa antara harga dan kualitas produk tidak ada kesesuaian (tidak sebanding), produk terlalu mahal. Hal seperti ini biasanya timbul karena faktor monopoli atau karena pemalsuan produk.

Selain itu, hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen berdasarkan undang-undang. Undang-undang yang dimaksud adalah Pasal 1365 KUHPer yaitu menyatakan tiap perbuatan yang melanggar hukum dan membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang yang menimbulkan kerugian itu karena kesalahannya untuk mengganti kerugian tersebut. KUHPer Pasal 1365 ini adalah perbuatan melawan hukum. Dalam praktiknya, perbuatan melawan hukum dengan wanprestasi terkadang sering terjadi tumpang tindih, karena hukum perikatan yang dianut adalah *Civil*

Law. Perikatan diatur dalam KUHPer Buku III. Perikatan dapat lahir dari perjanjian (kontrak) dan perikata yang lahir karena undang-undang seperti perbuatan melawan hukum, perwakilan sukarela, dan pembayaran tidak terutang, kesemua bidang hukum tersebut dicakup dalam satu generik yaitu perikatan.⁴⁵

Perbuatan melawan hukum memiliki unsur-unsur yang harus dipenuhi yaitu:⁴⁶

a. Adanya perbuatan

Perbuatan itu dapat bersifat aktif maupun pasif. Aktif berarti seseorang secara aktif berbuat sesuatu, sedangkan pasif dapat diartikan sebagai tidak melakukan apa-apa.

b. Perbuatan tersebut melawan hukum

Saat ini istilah melawan hukum telah diartikan secara luas, yaitu tidak hanya melanggar peraturan perundang-undangan tetapi juga dapat berupa melanggar hak orang lain, bertentangan dengan kewajiban hukum si pelaku, bertentangan dengan kesusilaan, bertentangan dengan kepentingan umum.

c. Adanya kesalahan

Kesusilaan yang dimaksud adalah faktor yang menghubungkan antara pelaku dan perbuatannya yang melawan hukum itu.

d. Adanya kerugian

⁴⁵ Ridwan Khairandy, *Hukum Kontrak Indonesia dalam Perspektif Perbandingan (Bagian Pertama)*, FH UII Press, Yogyakarta, 2013, hlm. 315.

⁴⁶ <http://www.legalakses.com/gugatan-ganti-rugi-karena-pmh/> diakses tgl 9 Oktober 2019.

Kerugian itu dapat berupa materil maupun immateril, yang seandainya perbuatan melawan hukum tidak ada maka kerugian itu tidak akan muncul.

- e. Adanya hubungan sebab-akibat (kausalitas) antara perbuatan melawan hukum dan kerugian

Hubungan antara perbuatan melawan hukum dan kerugian yang ditimbulkan itu secara kausalitas harus langsung, yaitu perbuatan melawan hukum tersebut yang menyebabkan terjadinya kerugian, sebagai satu-satunya alasan munculnya kerugian. Kerugian itu harus akibat dari perbuatan dari si pelaku, yang tanpa perbuatannya itu kerugian tersebut tidak akan muncul.

7. Upaya Penyelesaian Sengketa Konsumen

UUPK tidak memberikan batasan apakah yang dimaksud dengan sengketa konsumen. Kata-kata sengketa konsumen dijumpai pada beberapa bagian dalam UUPK, yaitu:⁴⁷

- a. Penyebutan sengketa konsumen sebagai bagian dari sebuah institusi administrasi negara yang mempunyai penyelesaian sengketa antara pelaku usaha dan konsumen, dalam hal ini Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) (Pasal 1 butir 11 UUPK)
- b. Penyelesaian sengketa konsumen menyangkut tata cara atau prosedur terdapat pada Bab X UUPK tentang penyelesaian sengketa. Pada Bab X

⁴⁷ Abdul Halim Barkatullah, *Framework Sistem Perlindungan Hukum bagi Konsumen di Indonesia*, Ctk. Pertama, Nusa Media, Bandung, 2016, hlm. 101.

ini digunakan penyebutan sengketa konsumen secara konsisten, yaitu di Pasal 45 ayat 2 dan Pasal 48.

Ada yang sedikit berbeda dari penyelesaian sengketa konsumen ini, karena bentuk penyelesaian sengketa konsumen itu terdapat dua cara yaitu melalui penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan dan penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan. Sama seperti persoalan hukum pada umumnya, sengketa konsumen harus diselesaikan sehingga tercipta hubungan baik antara pelaku usaha dengan konsumen. Penyelesaian sengketa konsumen adalah dimaksudkan untuk menjamin terpenuhinya hak dan kewajiban dari masing-masing pihak tanpa ada yang merasa dirugikan. Berikut penjelasan mengenai bentuk penyelesaian sengketa konsumen:

a. Penyelesaian sengketa konsumen melalui di luar pengadilan.

Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadi

kembali kerugian yang diderita oleh konsumen. Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan bisa dilakukan melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM), dan lembaga penyelesaian sengketa lainnya sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak.⁴⁸

b. Penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan.

⁴⁸Burhanuddin, *Op Cit*, hlm. 66.

Pengajuan gugatan untuk sengketa konsumen melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya penyelesaian sengketa di luar pengadilan tidak tercapai. Lembaga pengadilan yang mempunyai kewenangan menyelesaikan sengketa konsumen adalah peradilan umum, meskipun dalam perkembangan tidak tertutup kemungkinan juga menjadi kewenangan peradilan agama. Perluasan kewenangan peradilan agama adalah seiring dengan semakin berkembangnya praktik ekonomi dan bisnis syariah.⁴⁹

B. Kajian tentang Jual Beli Daging

1. Pengertian Jual Beli

Menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHP) Pasal 1457, jual beli adalah suatu perjanjian dengan mana pihak satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu kebendaan dan pihak yang lain untuk membayar harga yang telah dijanjikan. Jual beli tersebut merupakan suatu perjanjian timbal balik dalam mana pihak yang satu (si penjual) berjanji untuk menyerahkan hak milik atas suatu barang, sedangkan pihak yang lainnya (si pembeli) berjanji untuk membayar harga yang terdiri atas sejumlah uang sebagai imbalan dari perolehan hak milik tersebut.⁵⁰

Sedangkan menurut Wirjono Projodikoro, jual beli adalah suatu persetujuan dimana suatu pihak mengikat diri untuk wajib menyerahkan suatu barang

⁴⁹*Ibid*, hlm. 88

⁵⁰Djoko Prakoso dan Bambang Riyadi, *Dasar Hukum Persetujuan Tertentu di Indonesia*, Bina Aksara, Jakarta, 1987, hlm. 1.

dan pihak lain wajib membayar harga yang dimufakati mereka berdua.⁵¹

Persetujuan jual beli sekaligus membebaskan dua kewajiban yaitu:⁵²

- a. Kewajiban pihak penjual menyerahkan barang yang dijual kepada pembeli.
- b. Kewajiban pihak pembeli membayar harga barang yang dibeli kepada penjual.

Perbuatan jual beli itu mengakibatkan ikatan antara dua pihak atau lebih. Ikatan disini bisa juga diartikan sama dengan perjanjian. Perjanjian dalam Pasal 1313 KUHPer adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih. Dari ikatan tersebut para pihak harus saling memenuhi prestasi mereka karena telah terikat dalam ikatan atau perjanjian jual beli. Para pihak disini adalah penjual dan pembeli yang mempunyai hak dan kewajibannya masing-masing.

2. Hak dan Kewajiban Para Pihak dalam Perjanjian Jual Beli

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, para pihak dalam ikatan jual beli juga memiliki kewajiban dan haknya. Penjual memiliki hak dan kewajibannya, seperti:

⁵¹ Wirjono Projodikoro, *Hukum Perdata tentang Persetujuan-Persetujuan Tertentu*, Sumur, Bandung, 1991, hlm. 17.

⁵² M. Yahya Harahap, *Segi-Segi Hukum Perjanjian*, Alumni, Bandung, 1986, hlm. 181.

- a. Hak atas harga barang yang dijualnya.
- b. Menerima harga barang yang telah dijualnya dari pihak pembeli sesuai kesepakatan harga antara kedua belah pihak, dan berhak memperoleh pembayaran atas tanah yang dijualnya.

Sementara itu, kewajiban dari penjual adalah⁵³

- a. Menyerahkan hak milik atas barang yang diperjualbelikan.
Kewajiban menyerahkan hak untuk meliputi segala perbuatan yang menurut hukum diperlukan untuk mengalihkan hak milik atas barang yang diperjual belikan itu dari si penjual kepada si pembeli.
- b. Menanggung kenikmatan tenteram atas barang tersebut dan menanggung terhadap cacat-cacat tersembunyi.

Pasal 1513 KUHPer mengatur bahwa kewajiban pembeli adalah membayar harga pembelian pada waktu dan di tempat yang ditetapkan dalam persetujuan. Begitu juga dalam Pasal 1514 dan 1515 KUHPer menjelaskan bagaimana kewajiban dari pembeli. Hak bagi pembeli dijelaskan dalam Pasal 1481 KUHPer yang menjelaskan hak bagi pembeli untuk menerima barang dari penjual.

C. Hak Informasi Konsumen dalam Jual Beli Daging

Seperti penjelasan mengenai hak konsumen yang telah dijelaskan, hak-hak konsumen secara umum diatur dalam Pasal 4 UUPK. UUPK merupakan aturan hukum yang dibuat oleh badan legislasi untuk melindungi

⁵³ Subekti, *Aneka Perjanjian*, Alumni, Bandung, 1982, hlm. 8.

konsumen. UUPK dibuat untuk meningkatkan kesadaran hak dan kewajiban dari kedua pihak yang ada dalam lingkup perlindungan konsumen. Sebagai bahan pembandingan, yang pernah dijadikan referensi Lembaga Konsumen negeri ini adalah hak-hak dasar umum yang diakui secara internasional. Hak-hak itu pertama kali disuarakan oleh John F. Kennedy, Presiden Amerika Serikat, pada tanggal 15 Maret 1962 melalui “A special Message for the Protection of Consumer Interest” yang dalam masyarakat internasional lebih dikenal dengan “Declaration of Consumer Right”. Dalam literatur umumnya disebut “empat hak dasar konsumen” (the four consumer rights).⁵⁴ John F. Kennedy mengemukakan empat hak dasar konsumen yaitu ada *the right to safe products, the right to be informed about products, the right to definite choices in selecting products, dan the right to be heard regarding consumer interest.*⁵⁵

Penjelas yang berkaitan dengan hak informasi adalah *the right to be informed about products* atau hak untuk memperoleh informasi. Hak ini adalah konsumen dan masyarakat memiliki hak untuk memperoleh informasi yang sejelas-jelasnya tentang suatu produk/jasa yang dibeli atau dikonsumsi. Informasi ini diperlukan konsumen atau masyarakat, agar saat memutuskan membeli tidak terjebak dalam kondisi resiko yang buruk yang mungkin timbul. Artinya, konsumen memiliki hak untuk mengetahui ciri/atribut negatif dari suatu produk, misalnya efek samping dari

⁵⁴Rosmawati, *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Prenadamedia Group, Depok, 2018, hlm. 52

⁵⁵Abdul Halim Barkatullah, *Hak-Hak Konsumen*, Penerbit Nusa Media, Bandung, 2010, hlm. 32.

mengonsumsi suatu produk dan adanya peringatan dalam label/kemasan produk.⁵⁶

Hak informasi sangat penting karena tidak memadainya informasi yang disampaikan kepada konsumen dapat juga merupakan salah satu bentuk cacat produk, yaitu dikenal dengan cacat instruksi atau cacat karena informasi yang tidak memadai. Hak atas informasi yang jelas dan benar dimaksudkan agar konsumen dapat memperoleh gambaran yang benar tentang suatu produk, karena dengan informasi tersebut konsumen dapat memilih produk yang diinginkan atau sesuai dengan kebutuhannya serta terhindar dari kerugian akibat kesalahan penggunaan.⁵⁷

Terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pembelian daging sapi, sebagai konsumen perlu memperhatikan jenisnya dan kualitas dari daging sapi itu sendiri. Daging sapi yang kebanyakan terdapat di pasaran adalah daging sapi lokal dan impor. Daging sapi lokal dikenal dengan daging segar sedangkan daging sapi impor dikenal dengan daging beku (*frozen*). Berikut beberapa perbedaan dari jenis daging tersebut.⁵⁸

1. Daging lokal tidak mengandung es atau cairan karena dijual langsung dari rumah potong hewan. Sedangkan daging impor mengandung es atau cairan karena dibekukan dari negara pengimpor.
2. Daging lokal tetap utuh perbagian daging dan tidak ada cairan, tidak menyusur sebab dalam tubuh sapi tidak mengandung cairan. Untuk

⁵⁶Rosmawati, *Op Cit*, hlm. 53.

⁵⁷Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Op Cit*, hlm. 41.

⁵⁸<https://www.sapibagus.com/enam-perbedaan-daging-sapi-lokal-dan-daging-sapi-impor/>
diakses 19 Agustus 2019.

daging impor dipotong sesuai dengan potongan yang diinginkan atau tidak utuh dalam kondisi beku dan menyusut saat dimasak.

3. Daging lokal tidak banyak mengandung lemak sebab sapinya banyak memakan serat seperti rumput. Sedangkan daging impor mengandung banyak lemak karena diberikan makanan pilihan dan lebih bernutrisi.
4. Daging lokal memiliki aroma yang khas daging sapi, gurih dan warnanya merah. Sedangkan daging impor memiliki warna pucat karena telah dibekukan.
5. Daging lokal bila dipajang di kios daging sapi di pasar tradisional seharian masih kelihatan segar dan dimasukkan ke dalam ruang pendingin masih tetap segar. Sedangkan daging impor akan terjadi perubahan warna karena setelah dibekukan.

Dari penjelasan tersebut, daging sapi lokal biasanya dijual dengan harga yang cukup murah/sesuai dengan harga daging sapi di pasaran karena itu merupakan produksi dari rumah potong daging yang berada di Indonesia. Berbeda dengan daging sapi impor yang di pasaran dengan harga yang cukup tinggi karena biasanya daging impor tersebut ditenak dengan cara yang berbeda dengan sapi-sapi lokal. Daging impor yang sekarang ramai dijual di restoran-restoran adalah daging sapi impor jenis *Wagyu* dan *Meltique*. Yang menjadi pembeda dari 2 daging impor ini adalah tingkat permarbelannya dan harganya, untuk daging impor *Wagyu* memiliki serat *marbling* yang natural karena berasal dari lemak asli dari sapi itu sendiri, sedangkan untuk daging impor *Meltique* adalah daging sapi yang

menyerupai *Wagyu* namun yang menjadi pembedanya adalah serat *marblingnya* sangat terlihat tidak natural karena lemak yang menjadi serat *marbling* itu berasal dari suntikan minyak Canola.

Menurut Chef Chandra Yudasswara, komposisi *marbling* 60% dan daging merah 40% untuk daging sapi *Wagyu*. Tuturnya lagi jika ada daging sapi *Wagyu* yang dibandrol dengan harga Rp50.000,- ke bawah maka itu bisa jadi bukan daging sapi *Wagyu* asli karena untuk daging sapi *Wagyu* dengan kualitas *Low Grade* saja itu perkilonya dijual dengan harga Rp350.000,-, jadi sangatlah tidak mungkin dijual dengan harga murah karena restoran atau pelaku usahanya akan sangat rugi.⁵⁹

D. Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam

UUPK merupakan payung hukum bagi konsumen di Indonesia, namun bukan berarti di dalam Islam tidak ada aturan mengenai perlindungan konsumen. Sebelum adanya UUPK atau peraturan hukum lainnya ada, Islam telah memiliki aturan tentang berbagai hal termasuk tentang perlindungan konsumen. Aturannya bersumber dari sumber hukum seperti Al-Quran, Sunnah, Ijma dan Qiyas, berdasarkan yang telah disepakati oleh para fuqaha.⁶⁰ Al-Quran merupakan sumber hukum utama dalam ajaran Islam, apabila di dalam Al-Quran tidak terdapat aturan yang mengaturnya maka baru bisa digunakan sumber-sumber lainnya seperti

⁵⁹<https://www.medcom.id/rona/wisata-kuliner/dN6OrWrb-ciri-daging-wagyu-berkualitas>, diakses tanggal 25 September 2019.

⁶⁰ Nurhalis, "Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999", *Jurnal Hukum*, Edisi No. 9 Vol. 3, 2015, hlm. 528.

Sunnah, Ijma dan Qiyas. Landasan perlindungan Konsumen dalam Islam terdapat dalam QS. Al-Baqarah (2); 279 yang berbunyi:

فَإِنْ لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ۗ وَإِن تُبْتُمْ فَلَكُمْ
رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ﴿٢٧٩﴾

“Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya”

Sepintas ayat ini memang berbicara tentang riba, tetapi secara implisit mengandung pesan-pesan perlindungan konsumen. Di akhir ayat tersebut disebutkan tidak menganiaya dan tidak pula dianiaya (tidak didzalimi dan tidak pula didzalimi). Dalam konteks perdagangan, tentu saja potongan akhir ayat tersebut mengandung perintah perlindungan konsumen, bahwa antara pelaku usaha dan konsumen dilarang untuk saling mendzalimi dan/atau menganiaya. Hal ini terkait dengan penganiayaan hak-hak konsumen maupun hak-hak produsen.⁶¹

Berbeda dengan tujuan dan asas-asas dari UUPK, tujuan dari perlindungan konsumen dalam Islam adalah mewujudkan kemaslahatan bagi seluruh umat manusia, sedangkan tujuan dari perlindungan konsumen telah dijelaskan dalam Pasal 3 UUPK. Asas-asas perlindungan konsumen dalam Islam atau dalam kegiatan ekonomi menempatkan asas yang paling tertinggi yaitu yang mengesakan Allah SWT. yang melahirkan asas *Istikhlaf* yang berarti segala sesuatu merupakan titipan semata dari Allah SWT.

⁶¹Zulham, *Op Cit*, hlm. 41.

dan *Al-Ihsan* yang berarti melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan pada orang lain tanpa ada kewajiban tertentu yang mengharuskan untuk melaksanakan perbuatan tersebut. Dari ketiga asas yang telah dijelaskan, dilahirkan asas-asas yang lain yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dalam Islam, yaitu mengemban amanah (*Al-amanah*), jujur (*Ash-shiddiq*), adil (*Al-adl*), hak untuk memilih dalam bertransaksi (*Al-khiyar*), tolong menolong (*At-ta'wun*), kerelaan dari semua pihak terkait (*At-taradhin*), dan asas keamanan dan keselamatan.⁶²

Hak dan kewajiban bagi konsumen diatur dalam UUPK Pasal 4 dan Pasal 5 sepertinya ada sedikit perbedaan dengan hak dan kewajiban konsumen maupun pelaku usaha dalam Islam, yaitu:⁶³

- a. Hak konsumen maupun pelaku usaha tidak bersifat mutlak dan ditentukan oleh *syara'*.
- b. Hak informasi yang diterima konsumen selain menyangkut kualitas dan kuantitas juga termasuk informasi kehalalan.
- c. Hak konsumen dalam kebebasan memilih barang, selain dikut dengan nilai tukar juga mempertimbangkan hak orang lain yang terlebih dahulu melakukan penawaran terhadap suatu produk.
- d. Kewajiban pelaku usaha dalam beritikad baik dimulai sejak barang dirancang sampai tahap purna penjualan.
- e. Kewajiban bagi konsumen dalam beritikad baik dimulai sebelum transaksi maupun saatn transaksi.

⁶²Nurhalis, *Op Cit*, hlm. 529.

⁶³Muhammad Yusri, "Kajian Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam Prespektif Hukum Islam", *Jurnal Hukum*, Edisi No. 3 Vol. 5, 2009, hlm. 365.

Apabila kita bandingkan dengan hak dan kewajiban dalam UUPK mungkin ada sedikit perbedaannya, seperti:⁶⁴

- a. Hak konsumen maupun pelaku usaha bersifat mutlak ditentukan dalam UUPK atau Undang-Undang lain.
- b. Hak informasi yang diterima konsumen menyangkut kualitas dan kuantitas produk.
- c. Hak konsumen dalam kebebasan memilih barang diukur dengan nilai tukar yang pantas terhadap suatu produk.
- d. Kewajiban pelaku usaha dalam beritikad baik dimulai sejak barang dirancang sampai pada tahap purna penjualan.
- e. Kewajiban bagi konsumen dalam beritikad baik dimulai saat terjadinya transaksi.

Selain itu, terdapat hal-hal atau perbuatan yang dilarang untuk pelaku usaha ataupun konsumen lakukan yang diatur di dalam hukum Islam dan yang diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW., seperti:⁶⁵

- a. *Talaqqi Rukban* adalah mencegat pedagang yang membawa barang dari tempat produksi sebelum sampai ke pasar.
- b. *Gisyah* adalah menyembunyikan cacat barang yang dijual, bisa juga dengan mencampurkan produk cacat ke dalam barang yang berkualitas tinggi, sehingga konsumen akan mengalami kesulitan untuk mengetahui secara tepat kualitas barang diperdagangkan.

⁶⁴Muhammad Yusri, *Op Cit*, hlm. 365.

⁶⁵Zulham, *Op Cit*, hlm. 42-43.

- c. *Perdagangan najasy* adalah praktik perdagangan di mana seseorang berpura-pura sebagai pembeli yang menawar harga tinggi barang disertai pujian kualitas secara tidak wajar, dengan tujuan menaikkan harga barang.
- d. *Produk haram* adalah memperdagangkan barang-barang yang telah dilarang dan diharamkan oleh Al-Quran dan Sunnah.
- e. *Riba* adalah pengambilan tambahan dalam transaksi jual beli maupun simpan pinjam yang berlangsung secara zalim dan bertentangan dengan prinsip muamalat secara islami.
- f. *Tathfif* adalah tindakan yang mengurangi timbangan atau takaran barang yang akan dijual, tentu saja praktik dagang seperti ini sangat merugikan konsumen.

Dalam Islam, kerugian atau bahaya fisik yang diderita oleh konsumen karena cacat produk atau penipuan adalah perbuatan yang tidak dibenarkan, oleh karena itu pelaku usaha harus bertanggung jawab atas perbuatannya itu. Tanggung jawab jika dihubungkan dengan penyebab adanya ganti rugi (*dhaman*) dapat dibedakan menjadi lima, yaitu:⁶⁶

- a. Ganti rugi karena kerusakan (*Dhaman Itlaf*)
- b. Ganti rugi karena transaksi (*Dhaman 'Aqdin*)
- c. Ganti rugi karena perbuatan (*Dhaman Wadh'u Yadin*)
- d. Ganti rugi karena penahanan (*Dhaman al-Hailulah*)
- e. Ganti rugi karena tipu daya (*Dhaman al-Maghrur*)

⁶⁶Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, BPF, Yogyakarta, 2004, hlm. 235-239

Jual beli diartikan dengan *Al-Bai*, *Al-Tijarah*, dan *Al-Mubadalah*. Pada intinya jual beli merupakan suatu perjanjian tukar menukar barang atau benda yang mempunyai manfaat untuk penggunaannya, kedua belah pihak sudah menyepakati perjanjian yang telah dibuat.⁶⁷ Penjelasan di dalam Islam mengenai kegiatan jual beli dituangkan di dalam QS. Al-Baqarah (2) ayat 275 yang berbunyi:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِينِ 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 ﴿٢٧٥﴾

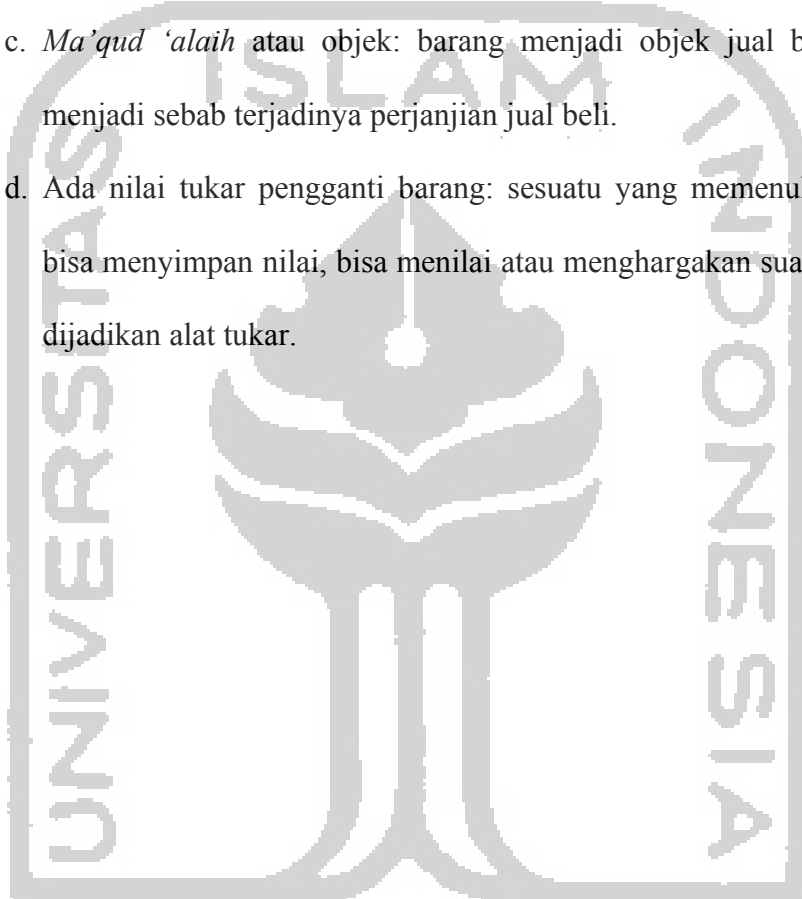
“Orang-orang yang akan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tertekan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan 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 penghuni-penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya”

Kegiatan jual beli dalam Islam memiliki rukun yang harus dipenuhi sebelum melakukan kegiatannya, seperti:

- a. Akad: ikatan yang ada diantara ujung barang. Ikatan kata antara penjual dan pembeli. Jual beli belum dikatakan sah sebelum *Ijab* dan *Qobul* dilakukan sebab *Ijab Qobul* menunjukkan kerelaan.

⁶⁷ Shobirin, “Jual Beli dalam Pandangan Islam”, *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, Vol. 3, No. 2, 2005, hlm. 2.

- b. Orang yang berakal: disebut juga Aqid yaitu orang yang melakukan akad dalam jual beli, dalam jual beli tidak mungkin terjadi tanpa adanya orang yang merelakannya, dan orang yang melakukan harus beragama Islam, berakal, dengan kehendaknya sendiri, *Baligh*, dan keadaan tidak mubazir.
- c. *Ma'qud 'alaih* atau objek: barang menjadi objek jual beli atau yang menjadi sebab terjadinya perjanjian jual beli.
- d. Ada nilai tukar pengganti barang: sesuatu yang memenuhi tiga syarat; bisa menyimpan nilai, bisa menilai atau menghargakan suatu barang, dan dijadikan alat tukar.



BAB III

PELAKSANAAN PERLINDUNGAN HUKUM ATAS HAK INFORMASI KONSUMEN PEMBELI MAKANAN DI RESTORAN

A. Gambaran Umum Hasil Penelitian

Pemenuhan konsumsi daging sapi di Indonesia bila diperhatikan memang selalu ada peningkatan, baik dari produksi dalam negeri maupun dari produk