

**PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN DI INDONESIA DITINJAU  
DARI PERSPEKTIF HUKUM ISLAM**

**TESIS**



**OLEH :**

**NAMA MHS : GALIH PAMENANG SURYO NEGORO, SH**  
**NO. POKOK MHS : 08 912 373**  
**BKU : HUKUM BISNIS**

**PROGRAM MAGISTER ILMU HUKUM  
PROGRAM PASCASARJANA FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
2017**

**PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN DI INDONESIA DITINJAU  
DARI PERSPEKTIF HUKUM ISLAM**

**T E S I S**



**OLEH :**

**NAMA MHS : GALIH PAMENANG SURYO NEGORO, SH**  
**NO. POKOK MHS : 08 912 373**  
**BKU : HUKUM BISNIS**

**Telah diujikan dihadapan Tim Penguji dalam Ujian Akhir/Tesis  
dan dinyatakan LULUS pada hari jumat, 29 Januari 2016**

**PROGRAM MAGISTER ILMU HUKUM  
PROGRAM PASCASARJANA FAKULTAS HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
2017**



**PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN DI INDONESIA DITINJAU  
DARI PERSPEKTIF HUKUM ISLAM**

**Oleh :**

Nama Mhs. : **Galih Pamenang Suryo Negoro, SH**  
No. Pokok Mhs. : **08 912 373**  
BKU : **Hukum Bisnis**

**Telah diujikan dihadapan Tim Penguji dalam Ujian Akhir/Tesis  
dan dinyatakan LULUS pada Jumat, 29 Januari 2016  
Program Magister (S-2) Ilmu Hukum**

Pembimbing 1

**Drs. Agus Triyanta, M.A., M.H., Ph.D.** Yogyakarta, .....

Anggota Penguji 1

**Dr. Aunur Rahim Faqih S.H., M.Hum** Yogyakarta, .....

Anggota Penguji 2

**Bagya Agung Prabowo, S.H., M.Hum** Yogyakarta, .....

Mengetahui  
Ketua Program Pascasarjana Fakultas Hukum  
Universitas Islam Indonesia

**Drs. Agus Triyanta, M.A., M.H., Ph.D.**

**MOTTO & PERSEMBAHAN**

**PERNYATAAN ORISINALITAS**

**KATA PENGANTAR**

**DAFTAR ISI**

**DAFTAR TABEL**

**ABSTRAK**

**BAB I  
PENDAHULUAN**

**BAB II**

...

**DST**

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

**CURRICULUM VITAE**

**KETERANGAN LEBIH LENGKAP BACA BUKU PEDOMAN TESIS !!**

Syarat Pengambilan Ijazah & Transkrip Nilai :

1. Mengembalikan toga sesuai dengan batas waktu yang telah ditentukan.
2. Menyerahkan 1 jilid tesis warna merah yang telah disahkan oleh Pembimbing, Penguji & Ketua Program.
3. Menyerahkan tesis dan abstrak tesis dalam bentuk softcopy.
4. Menyerahkan surat keterangan bebas pustaka dari bagian perpustakaan.
5. Masa pengambilan ijazah maksimal 3 (tiga) bulan dari waktu wisuda.
6. Apabila sampai batas waktu yang telah ditentukan ijazah belum diambil, maka dikenakan biaya penyimpanan sebesar Rp 50.000,- per bulan.

## **MOTTO**

Sesungguhnya Sembahyangku, Ibadahku, hidup dan matiku hanya untuk Allah, Tuhan semesta Alam, tiada sekutu baginya, dan aku adalah orang yang pertama-tama menyerahkan diri (kepada Allah).(Qs. Al-An'am: 162-163)

## **SURAT PERNYATAAN**

### **ORISINALITAS KARYA TULIS ILMIAH/TUGAS AKHIR MAHASISWA PASCA SARJANA FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

#### **Bismillahirrahmanirrahim**

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : GALIH PAMENANG SURYONEGORO, SH

No. Mahasiswa : 08 912 373

Adalah benar-benar mahasiswa Pasca Sarjana Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia Yang telah menyelesaikan penulisan karya tulis ilmiah dengan judul:

**“PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN DI INDONESIA DITINJAU DARI PERSPEKTIF HUKUM ISLAM”.**

Karya tulis ilmiah berupa tesis ini telah diajukan dalam sidang pendadaran pada hari Jum'at 29 Januari 2016 dihadapan para Dosen Pembimbing dan Dua orang Dosen Penguji (Tiga Penguji) yang diselenggarakan Program Pasca Sarjana Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia.

Sehubungan dengan hal tersebut, dengan ini saya menyatakan:

1. Bahwa karya tulis ilmiah berupa tesis ini adalah benar-benar hasil karya saya sendiri yang dalam penyusunannya tunduk dan patuh pada kaidah, etika dan norma-norma penulisan karya ilmiah sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
2. Bahwa saya menjamin hasil karya ilmiah ini adalah benar-benar Asli (Orisinal), bebas dari unsur-unsur yang dapat dikategorikan penjiplakan karya ilmiah;
3. Bahwa meskipun secara prinsip hak milik karya ilmiah ini pada saya, namun demi untuk kepentingan yang bersifat akademik dan pengembangannya, saya memberikan kewenangan kepada perpustakaan dilingkungan Fakultas Hukum UII dan Universitas Islam Indonesia untuk menggunakan karya ilmiah tersebut.

Selanjutnya berkaitan dengan hal diatas (terutama pernyataan butir no 1 dan 2) saya sanggup menerima sanksi, baik administratif maupun akademik jika saya terbukti secara kuat dan meyakinkan telah melakukan perbuatan yang menyimpang dari pernyataan tersebut. Saya juga akan bersikap kooperatif untuk hadir, menjawab, membuktikan melakukan pembelaan terhadap hak-hak saya serta menandatangani berita acara yang terkait yang menjadi hak dan kewajiban saya di depan Majelis atau Tim Kuasa Hukum Universitas Islam Indonesia yang ditunjuk oleh Pimpinan Fakultas, apabila tanda-tanda plagiat disinyalirada terjadi pada karya ilmiah saya ini oleh pihak Fakultas Hukum UII.

Demikian surat pernyataan orisinalitas ini dibuat dengan sebenar-benarnya, dalam kondisi sehat jasmani dan rohani, DENGAN SADAR tanpa ada tekanan dalam bentuk apapun dan oleh siapapun.

Dibuat di : Yogyakarta

Pada Tanggal : 23 Maret 2017

Yang membuat Pernyataan.

Galih Pamenang Suryo Negoro, SH

## **KATA PENGANTAR**

### **Bismillahirrahmannirrahim**

Syukur Alhamdulillah, hamba haturkan kehadiran Allah SWT, atas segala limpahan rahmat dan hidayahnya. Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada imam dan orang-orangmuttaqin, pemimpin para mujahid, junjungan Nabi besar Muhammad SAW. Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada keluarga, sahabat, arang-orang yang mengikuti petunjuknya hingga ahir jaman.

Karya tulis ini dilaksanakan dalam rangka memenuhi salah satusyarat untuk meraih gelar Magister Hukum. Karya tulis ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat pada umumnya dan kalangan akademis pada khususnya. Maka, kami mencoba untuk mengemukakan suatu tulisan dalam bentuk tesis yang berjudul “Perlindungan Hukum Konsumen Di Indonesia Ditinjau Dari Perspektif Hukum Islam”.

Penyelesaian tugas akhir dalam bentuk tesis inibukan semata-mata hasil kerja penulis tetapi merupakan hasil kerja keras dan dukungan banyak pihak, penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga serta Penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Nandang Sutrisna SH, LLM, M.Hum, Ph.D Selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Drs. Agus Triyanta MA, MH, Ph.D., Selaku Ketua Program Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia dan Dosen Pembimbing Penulisan karya tulis dalam bentuk Tesis ini.
3. Bapak Dr. Aunur Rahim Faqih, SH, M.Hum. Selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia dan Anggota Penguji 1 dalam sidang Tesis ini.
4. Bapak Bagya Agung Prabowo, SH, M.Hum., selaku Anggota Penguji 2 dalam sidang Tesis ini..
5. Kedua Orang Tua Penulis (Sutarma, S.Pd dan Adiarti, S.Sos) serta Adik-adik penulis (Icha dan Ainun) yang mengharapkan selesainya tesis ini.
6. Karyawan Perpustakaan Magister Hukum Pasca Sarjana Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia yang menjaga referensi yang membantu penyelesaian penulisan Tesis ini

Akhirnya diatas semua itu, sekali lagi penulis memanjatkan rasa Syukur tiada terhingga pada Allah, Rabb Yang membolak-balikkan hati. Semoga Engkau menjadikan hamba-Mu ini termasuk dalam golongan hamba-Mu yang berilmu dan mampu memngamalkan Ilmu di jalan-Mu, karuniakanlah kepandaian bersyukur dan bersabar atas apa yang engkau tetapkan bagi hamba. Amin.

Wassalammu'alaikum Wr. Wb.

Penulis

Galih Pamenang Suryo Negoro

## DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL DEPAN .....	
HALAMAN JUDUL .....	
HALAMAN PERSETUJUAN .....	
HALAMAN PENGESAHAN .....	
MOTTO .....	
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	
KATA PENGANTAR .....	
DAFTAR ISI .....	
ABSTRAK .....	
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Tinjauan Pustaka.....	10
E. Metode Penelitian.....	38
F. Sistematika Penulisan.....	41
BAB II BISNIS DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM	44
A. Pengertian Bisnis Dalam Islam.....	44
B. Prinsip-prinsip Bisnis dalam Islam.....	50
1. Larangan Sistem Riba.....	50

2. Larangan Ghurur.....	52
3. Larangan Riswah.....	52
4. Larangan Perdagangan dengan Paksaan.....	52
5. Larangan Menjual Produk Haram.....	53
6. Kewajiban Menyempurnakan Timbangan.....	53
C. Hak Konsumen di dalam Bisnis.....	54
1. Hak Untuk Memilih.....	55
2. Hak Atas Informasi.....	58

### BAB III KONTRIBUSI HUKUM ISLAM TERHADAP HUKUM

PERLINDUNGAN KONSUMEN .....	62
A. Pengertian Perlindungan Konsumen.....	62
B. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen.....	68
C. Hak dan Kewajiban Konsumen.....	72
D. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha.....	76
E. Prinsip-prinsip Tanggung Jawab dalam Perlindungan Konsumen.....	80
1. Prinsip tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan.....	81
2. Prinsip praduga untuk selalu bertanggung jawab....	82
3. Prinsip praduga untuk tidak selalu bertanggung jawab..	82
4. Prinsip tanggung jawab mutlak.....	83
5. Prinsip tanggung jawab dengan pembatasan.....	84
F. Kontribusi Hukum Islam terhadap Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia.....	86

BAB IV PENUTUP.....	
A. Kesimpulan.....	100
B. Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA.....	103
LAMPIRAN	
CURRICULUM VITAE	

## Abstrak

Arus globalisasi dan perdagangan bebas serta kemajuan teknologi telekomunikasi dan informasi telah memperluas ruang gerak transaksi barang dan/atau jasa yang ditawarkan dengan lebih bervariasi, baik barang dan/atau jasa produksi dalam negeri maupun barang impor. Dalam pasar bebas dan persaingan global ini, maka hanya pelaku usaha yang handal yang mampu menghasilkan barang dan/atau jasa yang berdaya saing tinggi, yaitu berkualitas, harga kompetitif, delivery part time tepat dan jaminan keamanan, keselamatan dan kenyamanan, serta kesehatan bagi konsumen yang mampu bertahan.

Bagi konsumen yang menghadapi era perdagangan bebas ini perlu pula diberdayakan dan dipersiapkan terutama dalam memilih dan menentukan kebutuhan akan barang dan/atau jasa serta menuntut hak-haknya sebagai konsumen sebagaimana dimaksudkan dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999. Sebagaimana tujuan Undang-undang adalah meningkatkan harkat dan martabat konsumen melalui berbagai upaya antara lain meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian dan kemandirian konsumen sehingga dapat melindungi diri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lainnya.

Di Indonesia dimana mayoritas konsumen adalah muslim adalah merupakan hal yang penting dalam memperhatikan kualitas suatu produk barang dan atau jasa dalam hal tidak bertentangan (*masalah halal-haram*) dengan keyakinannya sebagai seorang individu. Karena bagaimanapun masalah perlindungan konsumen terhadap suatu produk memiliki hubungan dan tanggung jawab langsung antara manusia dengan Tuhan-Nya (Allah SWT), dan hal ini tidak dapat ditutupi hanya untuk kepentingan praktis, misalnya untuk kepentingan ekonomi, bisnis, maupun politik. Didalam Islam konsumen memiliki hak memilih yang lebih luas dan terjamin yang dikenal dengan hak khiyar.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Sebuah syarat yang harus dipenuhi oleh perusahaan (*pelaku usaha*) agar dapat sukses dalam usaha bisnis dan menghadapi persaingan dengan pelaku usaha lainnya adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap pelaku usaha harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas (*reasonable*)<sup>1</sup> yang dapat memenuhi kepuasan konsumen.

Dewasa ini perhatian terhadap kepuasan maupun ketidakpuasan konsumen telah semakin besar. Semakin banyak pihak yang menaruh perhatian terhadap persoalan kepuasan konsumen yang mengakibatkan persaingan yang semakin ketat diantara para perusahaan (*pelaku usaha*). Dengan semakin banyaknya perusahaan yang menawarkan produk dan jasa, maka konsumen memiliki pilihan yang semakin banyak, dengan demikian akan melahirkan daya tawar (*bargaining*) konsumen, hak-hak konsumenpun jadi lebih diperhatikan, terutama aspek keamanan dalam pemakaian barang atau jasa tertentu.<sup>2</sup>

Menurut Schnaars (1991), pada dasarnya tujuan bisnis pelaku usaha adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara

---

<sup>1</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi III (Yogyakarta: Andy Offset, 2008), hlm. 19.

<sup>2</sup> *Ibid*, Fandy Tjiptono, hlm. 23-24.

perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.<sup>3</sup> Hubungan antara kepuasan dan loyalitas akan diperoleh pada saat konsumen mencapai tingkat kepuasan tinggi terhadap produk/jasa yang dijual sehingga menimbulkan ikatan emosi yang kuat dan komitmen jangka panjang dengan perusahaan.

Perusahaan-perusahaan yang menjual produk/jasa diyakini selalu menjaga mutu dan kualitas produknya agar konsumen merasa puas terhadap produk dan jasa yang ditawarkan perusahaan. Perusahaan akan berusaha semaksimal mungkin menghindari timbulnya ketidakpuasan konsumen yang dapat menjadi salah satu faktor penyebab timbulnya komplain sehingga mendorong konsumen untuk beralih kepada produk atau jasa yang lain.

Namun, tidak bisa dipungkiri bahwasanya masih ada perusahaan (*pelaku usaha*) yang tega melakukan perbuatan curang terhadap produk dan/atau jasanya demi memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya bagi perusahaan, tanpa memperhitungkan bahaya, resiko dan kerugian-kerugian yang dialami konsumen. Oleh karena itu perhatian terhadap perlindungan hukum bagi konsumen sangat diperlukan mengingat setiap orang, baik sendiri maupun kelompok, dalam kondisi apapun pasti menjadi konsumen suatu produk dan/atau jasa tertentu.

---

<sup>3</sup> *Ibid*, Fandy Tjiptono, hlm. 24.

Menurut BPSK<sup>4</sup> (*Badan Penyelesai Sengketa Konsumen*), lembaga non struktural yang keanggotaannya terdiri dari unsur pemerintah, konsumen dan pelaku usaha yang berkedudukan di seluruh Kabupaten/Kota dan berfungsi menyelesaikan sengketa konsumen di luar pengadilan, jumlah kasus pelanggaran terhadap konsumen yang ditangani di seluruh Indonesia sejak tahun 2003 sampai 2010 adalah sebanyak 1.364 kasus. Sementara itu, data Direktorat Jenderal Standarisasi Perlindungan Konsumen<sup>5</sup> melaporkan bahwa jumlah kasus pelanggaran hak konsumen selama tahun 2012 mencapai 450 kasus. Hal ini menunjukkan betapa seringnya terjadi pelanggaran terhadap konsumen di Indonesia

Menurut hasil pencacahan Sensus Penduduk Tahun 2010, jumlah penduduk Indonesia adalah sebesar 237.556.363 orang<sup>6</sup>. Dari jumlah tersebut, pada tahun 2005 saja sebanyak 189.014.015 orang atau 88,58% penduduk Indonesia pada tahun itu adalah beragama Islam.<sup>7</sup> Angka tersebut menggambarkan bahwa orang Islam Indonesia merupakan konsumen terbesar pengguna produk dan/atau jasa yang dijual perusahaan, sekaligus menjadi konsumen yang berpotensi rentan terhadap bahaya, resiko dan kerugian yang disebabkan penggunaan atas suatu produk dan/atau jasa.

---

<sup>4</sup>Direktorat Pemberdayaan Konsumen/Kelembagaan <http://ditjenspkkemendag.go.id>. diakses 5 juli 2014

<sup>5</sup>Persoalan-persoalan di seputar Perlindungan Konsumen. <http://siswaspk.kemendag.go.id/artikel> diakses 5 juli 2014

<sup>6</sup>Badan Pusat Statistik, *Hasil Sensus Penduduk 2010. Data Agregat Per Provinsi*. BPS, Jakarta, 2010, hlm. 6

<sup>7</sup> Suhadi Cholil, Zainal Abidin Bagir, Mustaghfiroh Rahayu, Budi Asyhari, *Laporan Tahunan Kehidupan Beragama Di Indonesia 2009*, (Jakarta: Center for Religious & Cross-cultural Studies (CRCS), 2010), hlm. 13. <http://crs.ugm.ac.id/get/Gntt>. akses 26 juni 2014

Mengingat kenyataan bahwa konsumen biasanya berada dalam posisi yang lemah, maka perlu diberikan kepada mereka perlindungan hukum yang cukup. Kebijakan perlindungan hukum bagi konsumen akan mendorong kepercayaan konsumen yang akan memajukan partisipasi mereka dalam transaksi ekonomi.<sup>8</sup> Berdasarkan Pasal 1 ayat 2 Undang-Undang Nomor 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”*.<sup>9</sup> Sementara dalam hukum ekonomi Islam, konsumen tidak hanya terbatas pada orang perorangan saja, akan tetapi mencakup juga suatu badan hukum (*al-syakhshiyat al-ma'nawiyah*), seperti yayasan wakaf atau perusahaan dan lembaga tertentu.<sup>10</sup> Selanjutnya pada Pasal 4 huruf a tentang Hak Konsumen dinyatakan bahwa konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.<sup>11</sup>

Dalam Pasal 4 huruf a Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tersebut dinyatakan bahwa hak konsumen adalah hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam menggunakan produk/jasa yang dijual. Undang-undang ini menunjukkan bahwa setiap konsumen, termasuk konsumen muslim yang merupakan mayoritas konsumen di Indonesia, berhak

---

<sup>8</sup> Abdul Halim Barkatullah, *Hak-Hak Konsumen*, Cetakan Pertama (Bandung: Nusa Media, 2010), hlm. 24.

<sup>9</sup> Undang-Undang Republik Indonesia No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Republik Indonesia No.19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta, Tanpa Cetakan (Bandung: Citra Umbara, 2003), hlm. 3.

<sup>10</sup> Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, Cetakan Pertama (Yogyakarta: BPF, 2004), hlm. 130.

<sup>11</sup> Op-Cit, Undang-Undang Republik Indonesia No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Republik Indonesia No.19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta, hlm.6.

untuk mendapatkan produk/jasa yang nyaman dan aman digunakan. Salah satu pengertian nyaman bagi konsumen muslim adalah bahwa produk/jasa tersebut tidak bertentangan dengan kaidah hukum agama, yaitu halal atau tidak dilarang agama (*haram*). Selanjutnya dalam undang-undang ini juga disebutkan bahwa konsumen berhak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan produk dan/atau jasa yang ditawarkan. Hal ini memberikan pengertian bahwa keterangan yang diberikan oleh perusahaan harus benar atau teruji, sehingga perusahaan tidak dapat dengan serta merta mengklaim bahwa produknya halal atau memenuhi tuntunan agama sebelum melalui pengujian kehalalan yang telah ditentukan

Dalam kaitannya dengan hak perlindungan konsumen seperti telah disinggung diatas Islam telah mengajarkan bahwa setiap perbuatan yang merugikan pihak lain itu di larang, terutama dalam pemakaian produk/jasa yang ditawarkan. Hal ini sebagaimana termaktub dalam al-Qur'an Surat An-Nisa:

*“Wahai orang-orang yang beriman!, Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sungguh Allah Maha Penyayang kepadamu”.* (QS. An-Nisa: 29)<sup>12</sup>

Dalam ayat tersebut Allah SWT secara jelas telah mengisyaratkan bahwa transaksi ekonomi dalam rangka memenuhi kebutuhan manusia harus dengan cara yang baik dan benar, yaitu harus saling merelakan, dan cara-cara yang batil telah dilarang oleh agama. konsumen harus dan berhak menerima barang dalam kondisi baik dan dengan harga yang wajar. Mereka juga harus diberitahu apabila terdapat kekurangan-kekurangan pada suatu barang.

---

<sup>12</sup> Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Ilmu Pengetahuan (Bandung: Al-Mizan Publishing House, 2010), hlm. 84.

Islam sebagai agama menurut Imam Al Ghazali telah mengajarkan sifat perilaku yang terpuji yang seharusnya diadaptasi oleh pelaku usaha dan konsumen dan harus ada didalam lalu lintas perekonomian yaitu:<sup>13</sup>

1. Tidak mengambil laba lebih banyak, seperti yang lazim dalam dunia dagang.
2. Membayar dengan harga agak lebih kepada penjual yang miskin, karena hal ini merupakan amal yang lebih baik daripada sedekah biasa.
3. Memurahkan harga atau memberi korting kepada pembeli yang miskin, karena hal ini memiliki pahala berlipat ganda.
4. Bila membayar utang, pembayarannya dipercepat dari waktu yang ditentukan.
5. Membatalkan jual beli jika pembeli menginginkannya, ini sejalan dengan prinsip "*Customer is king.*"

Jika melihat contoh sifat perilaku terpuji yang harus dimiliki oleh orang yang terlibat dalam lalu lintas (*bisnis*) pekonomian sebagaimana dikemukakan Imam Al Ghazali tersebut maka pelaku bisnis dalam perilakunya akan selalu bersandar pada tujuan utama yaitu keseimbangan untuk mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat.<sup>14</sup> Berikut adalah aplikasi bisnis yang dikategorikan baik haruslah memenuhi syarat sebagai berikut:<sup>15</sup>

1. Bebas dari ghurur (*penipuan*)
2. Bebas dari maisyir (*perjudian*) atau spekulasi
3. Bebas dari riba (*rente*) atau bunga uang

---

<sup>13</sup> Buchari Alma, *Dasar-Dasar Etika Bisnis*, Cetakan Ketiga (Bandung: Alfabeta, 2003), hlm, 149-150

<sup>14</sup> Hasan Aedy, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*, Cetakan Kesatu (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm.3

<sup>15</sup> *Ibid*, Hasan Aedy, hlm. 3

4. Bebas dari riswah (*suap*) atau penyuapan
5. Bebas dari produk haram, dan
6. Bebas dari kemudharatan dan kemaksiatan

Karena itu siapapun yang melakukan bisnis baik sebagai pelaku usaha, konsumen atau siapapun yang berbisnis harus bebas dari enam maksiat tersebut diatas, dengan bertanggung jawab kepada:<sup>16</sup>

1. Allah Yang Maha Esa
2. Masyarakat (*Sosial*)
3. Lingkungan (*Alam Semesta*)
4. Mitra Bisnis, dan
5. Negara (*Pemerintah*)

Dari hal yang digambarkan diatas telah membuktikan bahwa Islam adalah agama yang adil. Islam mengatur segala kebutuhan dan kegiatan manusia secara proporsional, tak terkecuali dalam persoalan muamalah, yaitu perekonomian dan bisnis berdasarkan al-Quran dan ash-Sunnah.

Ummat Islam Indonesia sebagai penduduk mayoritas di Indonesia sekaligus sebagai konsumen terbesar bagi perusahaan maka hendaklah cerdas dalam memilih produk dan/atau jasa mana yang aman dikonsumsi atau dipakai oleh seorang muslim dari segi legalitas agama. Misalnya hak konsumen dalam kebersihan, kesehatan, keamanan dan juga kehalalan. Islam mewajibkan penganutnya untuk mengkonsumsi yang halal, suci dan baik sebagaimana firman Allah SWT.

---

<sup>16</sup> *Ibid*, Hasan Aedy, hlm. 3-4

*“Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan, Sungguh setan itu musuh yang nyata bagimu” (Q.S. Al. Baqarah: 168)<sup>17</sup>*

Ayat tersebut di atas menunjukkan bahwa hal tersebut merupakan perwujudan dari rasa syukur dan keimanan kepada Allah, sebaliknya mengkonsumsi dan menggunakan barang atau produk yang jelas-jelas tidak halal di pandang sebagai tindakan mengikuti ajaran setan, karena mengkonsumsi atau menggunakan sesuatu yang haram menyebabkan segala amal ibadah yang dilakukan oleh seseorang tidak akan diterima oleh Allah SWT.

Sebagai konsumen mayoritas, ummat Islam Indonesia harus dilindungi dari berbagai macam produk dan/atau jasa yang akan menjerumuskan mereka ke dalam masalah yang bertentangan (*masalah halal dan haram*) dengan keyakinan mereka. Karena bagaimanapun masalah halal atau haram suatu produk memiliki hubungan dan tanggung jawab langsung antara manusia dengan Tuhannya, dan hal ini tidak dapat ditutupi hanya untuk kepentingan praktis, misalnya untuk kepentingan ekonomi, bisnis dan politik.

Selain masalah kehalalan dan keharaman suatu produk dan/atau jasa masalah perlindungan hukum bagi ummat Islam juga berhubungan dengan perlindungan akan haknya sebagai konsumen yang berlaku secara umum seperti yang telah diundangkan dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka sangat menarik sekali untuk dilakukan penelitian tentang bagaimana Islam memberikan perlindungan hukum

---

<sup>17</sup> *Op Cit*, Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Ilmu Pengetahuan, hlm. 26

terhadap konsumen dan aspek-aspek apa saja yang mendapat perlindungan hukum dengan membandingkannya dengan konsep perlindungan konsumen sebagaimana diatur dalam Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen di Indonesia. Oleh karena itu, dalam kasus ini peneliti akan melakukan pengkajian tentang **“Perlindungan Hukum Konsumen di Indonesia Ditinjau dari Perspektif Hukum Islam”**.

## **B. Rumusan Permasalahan**

Untuk lebih memfokuskan perhatian pada persoalan yang akan dikaji dan menghindari luasnya permasalahan yang diteliti, maka kajian dalam penelitian ini akan lebih ditekankan pada aspek-aspek hukum Islam dalam memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen muslim. Perlindungan hukum yang sesuai hukum Islam sangat penting untuk dikaji, mengingat mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam dan oleh karena itu perlu dipertimbangkan hak perlindungannya sesuai dengan hukum Islam. Rumusan permasalahan yang akan menjadi dasar penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah Perlindungan Konsumen dalam perspektif Hukum Islam?
2. Bagaimanakah kontribusi Hukum Islam terhadap Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia?

### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang persoalan dan perumusan masalah tentang perlindungan konsumen tersebut di atas, maka tujuan dilaksanakan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimanakah Perlindungan Konsumen dalam regulasi yang ada di Indonesia.
2. Untuk mengetahui bagaimanakah Perlindungan Konsumen dalam perspektif Hukum Islam.
3. Untuk mengetahui apakah Perlindungan Konsumen dalam regulasi di Indonesia sesuai dengan Perlindungan Konsumen dalam Hukum Islam.

### D. Tinjauan Pustaka

#### 1. **Pengertian Konsumen dan Perlindungan Konsumen**

##### a. **Pengertian konsumen**

Istilah konsumen berasal dari alih bahasa dari kata bahasa Inggris “*consumer*”, atau bahasa Belanda *consument/konsument*.<sup>18</sup> Pengertian konsumen dalam arti umum adalah pemakai, pengguna dan atau pemanfaat barang dan/atau jasa untuk tujuan tertentu.<sup>19</sup> Berdasarkan doktrin yurisprudensi yang berkembang di Perancis konsumen diartikan sebagai “*The person who obtains goods or services for personal or family purposes*”.

Definisi tersebut mengandung adanya dua unsur, yaitu: 1) konsumen hanya

---

<sup>18</sup> Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Cetakan Kedua (Jakarta: Sinar Grafika, 2009) hlm. 22.

<sup>19</sup> *Op-Cit*, Abdul Halim Barkatullah, hlm. 30.

orang dan 2) barang atau jasa yang digunakan untuk keperluan pribadi atau keluarganya.<sup>20</sup> Di Spanyol, pengertian konsumen didefinisikan secara lebih luas, yaitu : *“Any individual or company who is the ultimate buyer or user of personal or real property, products, services or activities, regardless of whether the seller, supplier or producer is a public or private entity, acting alone or collectively.”* Konsumen diartikan tidak hanya individu (orang), tetapi juga suatu perusahaan yang menjadi pembeli atau pemakai terakhir.<sup>21</sup>

Berbeda dengan definisi yang dianut Republik Rakyat Cina. Dalam Pasal 2 Beijing Municipal Regulation on Protection of Consumers' Legal Right and Interest dinyatakan, istilah konsumen mengacu kepada: *“Units and individuals who obtain, by paying the value consumer goods (hereafter as commodities) and commercial services (hereafter as services) for the needs of living.”* Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen India dikatakan *“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.”*<sup>22</sup>

Sementara dalam peraturan perundang-undangan Indonesia, secara yuridis formal pengertian konsumen termuat dalam Pasal 1 ayat 2 UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, *“konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi*

---

<sup>20</sup>Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Cetakan Kedua (Jakarta: Grasindo, 2004), hlm. 3.

<sup>21</sup>*Ibid*, hlm.4

<sup>22</sup>*Ibid*, hlm.4

*kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan*". Dari pengertian konsumen diatas, maka dapat kita kemukakan unsur-unsur definisi konsumen<sup>23</sup> :

1) Setiap orang

Subjek yang disebut sebagai konsumen berarti setiap orang yang berstatus sebagai pemakai barang dan/atau jasa. Istilah "*orang*" disini tidak dibedakan apakah orang individual yang lazim disebut *natuurlijke persoon* atau termasuk juga badan hukum (*rechtspersoon*). Oleh karena itu, yang paling tepat adalah tidak membatasi pengertian konsumen sebatas pada orang perseorangan, tetapi konsumen harus mencakup juga badan usaha dengan makna lebih luas daripada badan hukum.

2) Pemakai

Kata "pemakai" dalam bunyi Penjelasan Pasal 1 angka (2) UU Perlindungan Konsumen diartikan sebagai konsumen akhir (*ultimate consumer*).

3) Barang dan/atau jasa

Berkaitan dengan istilah barang dan/atau jasa, sebagai pengganti terminology tersebut digunakan kata produk. Saat ini "*produk*" sudah berkonotasi barang atau jasa. Semula kata produk hanya mengacu pada pengertian barang.

---

<sup>23</sup> *Op-Cit*, Celina Tri Siwi Kristiyanti, hlm. 27-30

4) Yang Tersedia dalam masyarakat

Barang dan/atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat sudah harus tersedia di pasaran. Namun, di era perdagangan sekarang ini, syarat mutlak itu tidak lagi dituntut oleh masyarakat konsumen. Misalnya, perusahaan pengembang (*developer*) perumahan telah biasa mengadakan transaksi konsumen tertentu seperti *futures trading* dimana keberadaan barang yang diperjualbelikan bukan sesuatu yang diutamakan.

5) Bagi Kepentingan Diri Sendiri, Keluarga, Orang Lain, Makhluk Hidup Lain.

Transaksi konsumen ditujukan untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, dan makhluk hidup lain seperti hewan dan tumbuhan.

6) Barang dan/atau jasa itu tidak untuk Diperdagangkan

Pengertian konsumen dalam Undang-undang No.8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen ini dipertegas, yakni hanya konsumen akhir yang menggunakan barang dan/atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya, keluarganya, atau pada umumnya untuk memenuhi kebutuhan rumah tangganya (*keperluan non-komersial*).

Definisi ini sesuai dengan pengertian bahwa konsumen adalah pengguna terakhir, tanpa melihat apakah si konsumen adalah pembeli dari barang dan/atau jasa tersebut. Hal ini juga sejalan dengan pendapat dari pakar masalah konsumen di Belanda, Hondius yang menyimpulkan, para ahli hukum pada umumnya sepakat mengartikan konsumen sebagai pemakai

produksi terakhir dari benda dan jasa.<sup>24</sup> (pengertian konsumen dalam arti sempit).

#### **b. Pengertian Perlindungan Konsumen**

Hukum perlindungan konsumen, merupakan bagian dari hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang sifatnya mengatur dan melindungi kepentingan konsumen<sup>25</sup>, sedangkan hukum konsumen sendiri diartikan sebagai keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang dan atau jasa konsumen di dalam pergaulan hidup.<sup>26</sup> Hukum perlindungan konsumen di Indonesia memiliki dasar hukum yang telah ditetapkan dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Berdasarkan Pasal 1 ayat 1 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen disebutkan bahwa Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.<sup>27</sup> Perlindungan terhadap hak-hak konsumen ini penting dijamin agar pelaku usaha tidak bertindak sewenang-wenang yang selalu merugikan hak-hak konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian, konsumen umumnya berada pada posisi yang lebih lemah dalam kaitannya dengan pengusaha baik secara ekonomis, tingkat pendidikan maupun kemampuan atau daya saing. Posisi konsumen

---

<sup>24</sup> *Loc Cit*, Shidarta

<sup>25</sup> Az. Nasution, *Konsumen dan Hukum.Tinjauan Sosial, Ekonomi dan Hukum Pada Perlindungan Konsumen Indonesia*, Cetakan Pertama (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1995), hlm. 65.

<sup>26</sup> *Op. Cit*, Shidarta, hlm. 11

<sup>27</sup> *Op-Cit*, Undang-Undang Republik Indonesia No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Republik Indonesia No.19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta, hlm. 3.

secara umum berada pada posisi tawar lemah didasarkan pada beberapa argumentasi, yaitu:<sup>28</sup>

- 1) Dalam masyarakat modern, pelaku usaha menawarkan berbagai jenis produk baru hasil kemajuan teknologi dan manajemen. Barang-barang tersebut diproduksi secara massal (*mass production and consumption*)
- 2) Terdapat perubahan-perubahan mendasar dalam pasar konsumen (*consumer market*), dimana konsumen sering tidak memiliki posisi tawar untuk melakukan evaluasi yang memadai (*make a proper evaluation*) terhadap produk barang dan jasa yang diterimanya. Konsumen hamper-hampir tidak dapat diharapkan memahami sepenuhnya penggunaan produk-produk canggih (*the sophisticated products*) yang tersedia.
- 3) Metode periklanan modern (*modern advertising methods*) melakukan disinformasi kepada konsumen daripada memberikan informasi secara objektif (*provide information on an objectify basis*)
- 4) Pada dasarnya konsumen berada pada posisi tawar yang tidak seimbang (*the inequality of bargaining power*), karena kesulitan-kesulitan dalam memperoleh informasi yang memadai

---

<sup>28</sup> *Op-Cit*, Abdul Halim Barkatullah, hlm.8-9

Kedudukan konsumen di sini, baik yang tergabung dalam suatu organisasi atau sebagai individu, tidak seimbang dibandingkan dengan kedudukan pengusaha.<sup>29</sup> Oleh sebab itu, untuk menyeimbangkan kedudukan tersebut dibutuhkan perlindungan hukum pada konsumen. Adapun pokok-pokok dan pedomannya telah termuat dalam UUD 1945 dan Ketetapan MPR. Di samping itu beberapa materi tertentu secara sporadis termuat dalam berbagai peraturan perundang-undangan kita, sekalipun penerbitan peraturan perundang-undangan itu sebenarnya ditujukan untuk keperluan lain dalam mengatur atau melindungi kepentingan konsumen

Apabila konsumen benar-benar dilindungi, maka hak-hak konsumen harus dipenuhi, baik oleh negara maupun pelaku usaha, karena pemenuhan hak-hak konsumen tersebut akan melindungi kerugian konsumen dari berbagai aspek. Dalam pasal 2 Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dikatakan bahwa perlindungan hukum bagi konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 (lima) prinsip dalam pembangunan nasional, yaitu:<sup>30</sup>

- 1) *Prinsip manfaat*, dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan hukum bagi konsumen harus member manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan;
- 2) *Prinsip keadilan*, dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dengan memberikan

---

<sup>29</sup> *Loc Cit*, Az Nasution

<sup>30</sup> *Op Cit*, Addul Halim Barkatullah, hlm. 25-26

- kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil;
- 3) Prinsip keseimbangan, dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah;
  - 4) Prinsip keamanan dan keselamatan konsumen, dimaksudkan untuk member jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang digunakan;
  - 5) Prinsip kepastian hukum, dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan hukum bagi konsumen, dimana negara dalam hal ini turut menjamin adanya kepastian hukum tersebut.

Melalui kelima asas tersebut, terdapat komitmen untuk mewujudkan tujuan perlindungan hukum bagi konsumen, yaitu:<sup>31</sup>

- 1) Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- 2) Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan atau jasa;

---

<sup>31</sup> *Ibid*, Addul Halim Barkatullah, hlm. 26-27

- 3) Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- 4) Menciptakan system perlindungan konsumen yang mengandung unsure kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- 5) Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan hukum bagi konsumen, sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
- 6) Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Untuk mewujudkan tujuan perlindungan hukum bagi konsumen, negara bertanggung jawab atas pembinaan dan penyelenggaraan perlindungan hukum bagi konsumen. Pembinaan dan penyelenggaraan perlindungan hukum bagi konsumen dilakukan melalui upaya-upaya sebagai berikut:<sup>32</sup>

- 1) Terciptanya iklim usaha dan tumbuhnya hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen;
- 2) Berkembangnya lembaga perlindungan hukum bagi konsumen baik oleh negara atau swadaya masyarakat;
- 3) Meningkatnya kualitas sumber daya manusia serta meningkatnya kegiatan penelitian dan pengembangan di bidang perlindungan hukum bagi konsumen.

---

<sup>32</sup> *Ibid*, Addul Halim Barkatullah, hlm. 27

Dengan adanya Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen beserta perangkat hukum lainnya, konsumen memiliki hak dan posisi yang berimbang dan mereka dapat menggugat atau menuntut jika ternyata hak-haknya telah dirugikan atau dilanggar oleh pelaku usaha. Menurut Purba konsep hubungan pelaku usaha dan konsumen adalah sebagai berikut:<sup>33</sup>

“Kunci Pokok Perlindungan hukum bagi Konsumen adalah bahwa konsumen dan pelaku usaha saling membutuhkan. Produksi tidak ada artinya kalau tidak ada yang mengkonsumsinya dan produk yang dikonsumsi secara aman dan memuaskan, pada gilirannya akan merupakan promosi gratis bagi pelaku usaha.”

## 2. Hak dan kewajiban konsumen

Sebagai pemakai produk/jasa, konsumen memiliki sejumlah hak dan kewajiban. Pengetahuan akan hak-hak konsumen adalah hal yang sangat penting agar masyarakat dapat bertindak sebagai konsumen yang kritis dan mandiri sehingga ia dapat bertindak lebih jauh untuk memperjuangkan hak-haknya ketika ia menyadari hak-haknya telah dilanggar oleh pelaku usaha. Secara umum dikenal 4 (empat) hak dasar konsumen, yaitu<sup>34</sup>:

### a. Hak untuk mendapatkan keamanan (*the right to safety*)

Konsumen berhak mendapatkan keamanan dari barang dan/atau jasa yang ditawarkan kepadanya. Produk barang dan/atau jasa itu tidak boleh membahayakan jika dikonsumsi sehingga konsumen tidak dirugikan baik secara jasmani atau rohani terlebih terhadap barang dan/atau jasa yang

---

<sup>33</sup> *Ibid*, Addul Halim Barkatullah, hlm. 14

<sup>34</sup> *Op Cit*, Shidarta, hlm. 19-27

dihasilkan dan dipasarkan oleh pelaku usaha yang berisiko sangat tinggi. Untuk itu diperlukan adanya pengawasan secara ketat yang harus dilakukan oleh pemerintah.

b. Hak untuk mendapatkan informasi (*the right to be informed*)

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 (*the right to choose*)

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

d. Hak untuk didengar (*the right to be heard*)

Hak ini berkaitan erat dengan hak untuk mendapatkan informasi. Ini disebabkan informasi yang diberikan oleh pihak yang berkepentingan sering tidak cukup memuaskan konsumen. Untuk itu konsumen harus mendapatkan haknya bahwa kebutuhan dan klaimnya bisa didengarkan, baik oleh pelaku usaha yang bersangkutan maupun oleh lembaga-lembaga perlindungan konsumen yang memperjuangkan hak-hak konsumen.

Selain keempat Hak diatas, Hak-hak Konsumen juga diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu sebagai berikut:<sup>35</sup>

- a. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi suatu barang dan/atau jasa;
- b. hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan 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.

Selanjutnya masing-masing hak yang telah disebutkan diatas dapat diuraikan sebagai berikut:<sup>36</sup>

- a. Hak atas keamanan dan keselamatan

Hak ini dimaksudkan untuk menjamin keamanan dan keselamatan konsumen dalam penggunaan barang atau jasa yang diperolehnya, sehingga konsumen dapat terhindar dari kerugian (*fisik maupun psikis*) apabila memakai suatu produk.

- b. Hak untuk memilih

---

<sup>35</sup> *Op Cit*, Undang-Undang Republik Indonesia No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Republik Indonesia No.19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta, hlm. 6.

<sup>36</sup> Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Cetakan Ketujuh (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hlm. 41-46.

Hak ini dimaksudkan untuk memberikan kebebasan kepada konsumen untuk memilih produk-produk tertentu sesuai dengan kebutuhannya tanpa ada tekanan dari pihak luar. Berdasarkan hak ini, konsumen berhak memutuskan untuk membeli atau tidak terhadap suatu produk, termasuk juga untuk memilih baik kualitas maupun kuantitas jenis produk yang dipilihnya.

Hak ini dimiliki oleh konsumen hanya jika ada alternatif pilihan dari jenis produk tertentu, karena jika suatu produk dikuasai secara monopoli oleh suatu produsen/pelaku usaha atau dengan kata lain tidak ada pilihan lain (*barang maupun jasa*), maka dengan sendirinya hak untuk memilih tidak berfungsi.

c. Hak untuk memperoleh informasi

Hak atas informasi ini sangat penting, karena tanpa informasi yang memadai konsumen tidak akan mengetahui cacat atau tidaknya suatu produk, cacat produk ini bisa berupa "*cacat instruksi*" atau "*cacat karena informasi yang diberikan memang tidak memadai*", hal ini dimaksudkan agar konsumen dapat memperoleh gambaran yang benar tentang suatu produk karena dengan informasi tersebut, konsumen dapat memilih produk yang diinginkan sesuai dengan kebutuhannya serta terhindar dari kerugian akibat kesalahan dalam penggunaan produk. Informasi tersebut diantaranya adalah mengenai manfaat kegunaan produk, efek samping atas penggunaan produk, tanggal kadaluwarsa, serta identitas produsen dari produk tersebut. Informasi

tersebut dapat disampaikan secara lisan maupun secara tertulis, baik yang dilakukan dengan mencantumkan pada label yang melekat pada produk maupun melalui iklan-iklan yang disampaikan oleh produsen/pelaku usaha, baik melalui media cetak maupun media elektronik.

d. Hak untuk didengar

Hak ini adalah hak untuk menghindarkan diri dari kerugian. Hak ini dapat berupa pertanyaan tentang berbagai hal yang berkaitan dengan produk-produk tertentu apabila informasi yang diperoleh tentang produk tersebut kurang memadai, atau berupa pengaduan atas kerugian yang telah dialami akibat penggunaan suatu produk atau berupa pernyataan/pendapat tentang suatu kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan kepentingan konsumen. Hak ini disampaikan baik secara perorangan maupun kolektif, baik yang disampaikan secara langsung maupun diwakili oleh suatu lembaga tertentu, misalnya YLKI.

e. Hak untuk mendapatkan upaya penyelesaian hukum yang patut

Hak ini dimaksudkan untuk memulihkan keadaan konsumen yang telah dirugikan akibat penggunaan suatu produk melalui jalur hukum.

f. Hak untuk memperoleh pendidikan konsumen

Hak ini dimaksudkan agar konsumen memperoleh pengetahuan maupun keterampilan yang diperlukan agar dapat terhindar dari kerugian akibat penggunaan produk. Karena dengan adanya

pendidikan bagi konsumen diharapkan konsumen dapat lebih kritis dan teliti dalam memilih suatu produk yang dibutuhkan.

- g. Hak untuk diperlakukan secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif  
Maksud hak ini adalah hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif berdasarkan suku, agama, budaya, daerah, pendidikan, kaya, miskin, dan status sosial lainnya.

- h. Hak untuk memperoleh ganti kerugian

Hak ini dimaksudkan untuk memulihkan keadaan yang telah menjadi rusak (*tidak seimbang*) akibat adanya penggunaan barang atau jasa yang tidak memenuhi harapan konsumen. Hak ini terkait dengan penggunaan produk yang telah merugikan konsumen baik yang berupa kerugian materi maupun kerugian yang menyangkut diri konsumen. Hak ini dapat diselesaikan secara damai (di luar pengadilan) maupun yang diselesaikan melalui pengadilan.

- i. Hak untuk mendapatkan barang atau jasa sesuai dengan nilai tukar yang diberikannya

Hak ini dimaksudkan untuk melindungi konsumen dari akibat permainan harga secara tidak wajar oleh pelaku usaha. Karena dalam keadaan tertentu konsumen dapat saja membayar harga suatu barang atau jasa yang jauh lebih tinggi daripada kegunaan atau kualitas dan kuantitas barang atau jasa yang diperolehnya.

Selain memperoleh hak tersebut, konsumen juga mempunyai kewajiban. Ketentuan kewajiban konsumen dapat kita lihat dalam

Pasal 5 Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yaitu :<sup>37</sup>

- a. membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- b. beriktikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c. membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d. mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

### **3. Asas dan tujuan perlindungan konsumen**

#### **a. Asas Perlindungan Konsumen**

Beberapa asas perlindungan konsumen dapat kita lihat dalam Pasal 2 Undang-undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sebagai berikut<sup>38</sup>:

##### **1) Asas manfaat**

Asas ini dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.

---

<sup>37</sup> *Op Cit*, Undang-Undang Republik Indonesia No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Republik Indonesia No.19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta, hlm. 7.

<sup>38</sup> *Op Cit*, Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, hlm. 17

2) Asas keadilan

Asas ini dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan dapat memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk mendapatkan haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.

3) Asas keseimbangan

Asas ini dimaksudkan untuk memberikan perlindungan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah baik materil atau spiritual.

4) Asas keamanan dan keselamatan konsumen

Asas ini dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang akan dikonsumsi atau digunakan oleh konsumen.

5) Asas kepastian hukum

Asas ini dimaksudkan agar pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara yang menjamin kepastian hukum.

#### **4. Kedudukan dan Perlindungan Konsumen dalam Hukum Islam**

##### **a. Definisi konsumen dalam Islam**

Definisi konsumen dalam Islam disini adalah berangkat dari pandangan atau konsep Islam terhadap harta, hak dan kepemilikan dengan transaksi atau tidak. Secara khusus para ahli hukum Islam terdahulu tidak pernah mendefinisikan konsumen dan menjadikannya sebagai suatu obyek kajian hukum khusus. Oleh karena itu, pada penelitian ini konsumen yang dimaksud adalah sesuai dengan prinsip-prinsip umum perlindungan konsumen dalam Islam, yaitu konsumen adalah setiap orang, kelompok atau badan hukum pemakai suatu harta benda atau jasa karena adanya hak yang sah, baik yang dipakai untuk pemakaian akhir atau proses produksi selanjutnya.<sup>39</sup>

Konsumen dalam hukum ekonomi Islam tidak terbatas pada orang-perorangan, tetapi juga mencakup badan hukum (*al-syakhshiyat alma'nawawiyah*), seperti yayasan wakaf atau perusahaan dan lembaga tertentu. Kata "pemakai" yang terdapat pada Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sesuai dengan substansi konsumen yang ada dalam Islam karena pemakaiannya tidak hanya berasal dari sebuah transaksi tukar menukar, namun banyak mencakup aspek lain seperti konsumsi terhadap barang-barang konsumsi yang manusia berserikat padanya seperti air, api dan garam sebagaimana yang tertera dalam sebuah hadis yang

---

<sup>39</sup> *Op Cit*, Muhammad dan Alimin, hlm. 129-130

bermaksud bahwa seseorang tidak berhak menahan sumber-sumber ekonomi umum atas manusia lainnya.<sup>40</sup>

Kata barang dan jasa secara singkat dalam hukum ekonomi Islam cukup disebut sebagai harta (*al-mal*) karena harta terdiri dari barang dan jasa (*al-manfa'ah*). Kata-kata "baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk yang lain", menunjukkan obyek dari suatu pemakaian yang sudah tercakup dalam kepentingan pemakai. karena seorang pemakai mencakup dirinya sendiri, kelompoknya atau orang lain dan juga orang yang berada dalam tanggungan atau ikatan sosialnya (*al-Wilayah*).<sup>41</sup>

Dengan demikian dalam hukum ekonomi Islam tidak ada bedanya antara pemakai akhir (*final consumer*) dengan pemakai medium (*intermediary consumer*). Para ahli hukum Islam juga tidak membedakan harta antara barang konsumsi (*consumer's goods*), barang produksi (*producer's goods*) dan barang perantara (*intermediate goods*), sebagaimana yang terdapat dalam ilmu ekonomi umum. Hal ini membawa pengaruh pada definisi konsumen (*al-mustahlik*) yang harus dilindungi dalam Islam karena konsumen dalam Islam termasuk semua pemakai barang, apakah barang itu dipakai langsung sehingga habis, atau ia dijadikan sebagai alat perantara untuk produksi selanjutnya karena keadilan adalah milik semua orang, apakah ia berkedudukan sebagai individu, kelompok atau publik.<sup>42</sup>

---

<sup>40</sup> *Ibid*, Muhammad dan Alimin, hlm. 130.

<sup>41</sup> *Ibid*, Muhammad dan Alimin, hlm. 131-132.

<sup>42</sup> *Ibid*, Muhammad dan Alimin, hlm. 131.

**b. Hukum ekonomi Islam dan perlindungan konsumen**

Dilihat dari perbandingan antara definisi ekonomi dalam Islam dengan ekonomi umum, dapat ditarik kesimpulan bahwa acuan Islam pada perlindungan konsumen lebih konkrit dan tegas daripada ditawarkan oleh ekonomi umum. Sebagai contoh, metode induktif (*al-manhaj al-istinbathi*) ekonomi umum menyatakan bahwa manusia adalah “makhluk ekonomi”, kemudian pernyataan umum ini akan menghasilkan konklusi terhadap konsumen bahwa ia akan berusaha memenuhi kebutuhannya, dengan mencapai kenikmatan yang paling besar dan menjauhkan diri dari kesusahan sebisa mungkin, sedangkan ilmu ekonomi umum tidak akan memperhatikan bentuk pemenuhan kebutuhan tersebut, apakah pemenuhan kebutuhan tersebut haram atau halal hukumnya. Terhadap produsen, dalam aktivitas ekonominya ia akan berusaha merealisasikan untung sebesar-besarnya dengan mengeluarkan pengorbanan (*ongkos*) sekecil mungkin, sedangkan mereka tidak akan mempertimbangkan apakah ia bermuatan eksploitasi terhadap pihak lain atautkah berada dalam koridor keadilan.<sup>43</sup>

Dengan memasukkan unsur “nilai-nilai” atau “prinsip-prinsip ajaran Islam yang integral” dalam definisi ekonomi Islam, maka segala aktivitas ekonomi dalam Islam harus berada dalam koridor prinsip-prinsip dasar ekonomi Islam. Di sini terlihat nyata bahwa mempelajari ilmu ekonomi tidak terpisahkan sama sekali dengan hukum ekonomi, ia berjalan sinkron. Itulah sebabnya, kajian ekonomi Islam berada dalam kajian fikih (*hukum Islam*)

---

<sup>43</sup> *Ibid*, Muhammad dan Alimin, hlm. 132-133

karena dalam hukum fikih terdapat hukum taklifi dan hukum wadh'i, yang selanjutnya memberikan sangsi atau akibat hukum duniawi dan ukhrawi. Untuk itu terdapat dua pengawasan perundang-undangan konsumen dalam Islam, yaitu sanksi religi berupa halal, haram, dosa dan pahala, dan sangsi hukum positif Islam dengan segala perangkatnya.<sup>44</sup>

Pada dasarnya dalam hukum Islam khususnya dalam bidang mu'amalat sangat sarat dengan perlindungan konsumen, dan hal ini merupakan sebuah khazanah yang dapat dijadikan sebagai sumber hukum untuk perlindungan konsumen, baik berupa hukum-hukum yang sudah terperinci ataupun hukum-hukum yang bersifat umum (*qaidah kulliyah*) dimana ia akan dapat diterapkan pada setiap tempat dan zaman. Untuk melindungi para konsumen, maka dalam fikih Islam dikenal berbagai perangkat istilah hukum, seperti pelarangan *ba'i al-gharar* (jual beli mengandung tipuan), pemberlakuan *hak khiyar* (hak untuk melangsungkan atau membatalkan transaksi karena sebuah alasan yang diterima), beberapa hal yang merusak kebebasan transaksi seperti adanya *al-ghalt* (tidak adanya persesuaian dalam hal jenis atau sifat barang) dan *al-ghubn* (adanya tipuan yang disengaja) dan masih banyak lagi lainnya.<sup>45</sup>

**c. Macam-macam hak perlindungan konsumen dalam Islam**

Dalam bahasa Indonesia terdapat berbagai sinonim dengan kata "hak", seperti: milik, kewenangan, kekuasaan untuk berbuat sesuatu karena telah

---

<sup>44</sup> *Ibid*, Muhammad dan Alimin, hlm. 133

<sup>45</sup> *Ibid*, Muhammad dan Alimin, hlm. 134.

ditentukan oleh undang-undang atau aturan, dan lain sebagainya, sedangkan menurut istilah hukum umum, hak adalah kekuasaan untuk melakukan sesuatu karena telah ditentukan oleh undang-undang atau peraturan lain.<sup>46</sup>

Dalam bahasa Arab juga terdapat banyak arti dari kata “hak”, seperti: ketetapan yang pasti, penjelasan, kebenaran, jatah atau bagian, hakikat, dan kewajiban, Sedangkan dalam pemakaian istilah oleh para ahli hukum Islam, penulis cenderung mengutip definisi hak yang dinyatakan oleh Wahbah al-Zuhaili:<sup>47</sup>

*“Suatu sifat kekhususan (eksklusif) dimana dengannya syara' menetapkan suatu kekuasaan (otoritas) bagi pemiliknya atau kewajiban atas obyeknya.”*

Definisi ini sudah mencakup semua hak yang dimaksud oleh para ahli fikih, seperti hak Allah swt terhadap hambanya (*al-haq al-diniy*), hak kepemilikan (*haq al-milkiyyah*), hak perwalian, hak mendidik (*al-haq al-ta'dibiy*), hak umum (*al-haq al-'am*), seperti hak negara terhadap rakyat, dan hak nafkah (*haq an-nafaqah*). Definisi ini juga menunjukkan bahwa sumber kepemilikan terhadap hak itu berasal dari syara' karena hak dalam pandangan Islam adalah pemberian Allah SWT. Oleh karena itu, suatu hak harus ditentukan oleh sebuah hukum syara' yang mengaturnya. Dengan demikian, hak dalam Islam tidaklah bersifat mutlak atau tanpa batas, namun ia bersifat terikat dengan harus berada dalam koridor ketentuan syara'.<sup>48</sup>

---

<sup>46</sup> *Ibid*, Muhammad dan Alimin, hlm. 134-135

<sup>47</sup> *Ibid*, Muhammad dan Alimin, hlm. 135.

<sup>48</sup> *Ibid*, Muhammad dan Alimin, hlm. 135.

Hak dalam aturan syara' menuntut dua kewajiban:<sup>49</sup>

- 1) Semua manusia harus menghormati hak-hak yang dimiliki secara eksklusif oleh pihak tertentu dan tidak boleh melanggarnya.
- 2) Pemilik hak itu juga tidak boleh mempergunakan haknya secara semena-mena, yang dikenal dengan *al-ta'assuf fi isti'mal al-haq*. Hal ini dalam istilah hukum umum dikenal dengan nama *abus de droit*,

Hukum Islam mengenal berbagai macam hak yang pada pokoknya dapat dibagi menjadi tiga macam, yaitu: hak Allah, hak manusia dan hak gabungan antara keduanya. Berikut masing-masing penjelasan dari hak tersebut:<sup>50</sup>

- 1) Hak Allah. Hak Allah ialah hal-hal yang bertujuan untuk kemanfaatan umat manusia pada umumnya, tidak dikhususkan bagi orang-orang tertentu. Hak-hak Allah itu meliputi hal-hal sebagai berikut:
  - a) Hal yang merupakan ibadah murni yang diwajibkan kepada seluruh manusia, seperti iman, shalat, puasa dan haji
  - b) Hal yang merupakan hukuman terhadap pelanggaran larangan-larangan zina, pencurian, minum minuman keras, menuduh zina tanpa bukti yang cukup, merampok dan memberontak yang dalam hukum pidana Islam disebut jarimat hudud
  - c) Hal yang merupakan hukuman yang hanya berupa hilangnya hak tanpa menimpa diri maupun harta benda terhuku , seperti hilangnya hak waris dari seseorang yang membunuh pewarisnya

---

<sup>49</sup> *Ibid*, Muhammad dan Alimin, hlm. 136.

<sup>50</sup> Ahmad Azhar Basyir, *Asas-Asas Hukum Muamalat (Hukum Perdata Islam)*, Edisi Revisi (Yogyakarta: UII Press, 2000), hlm. 20-21.

- d) Hal yang mempunyai sifat ibadah dan dalam waktu yang sama juga merupakan hukuman seperti kifarat melanggar sumpah, kifart melanggar larangan hubungan suami isteri pada siang bulan ramadhan dan sebagainya
- e) Hal yang bersifat ibadah murni, tetapi langsung dinikmati juga oleh oarng lain, yaitu yang mengeluarkan sebagian harta seperti zakat fitrah dan zakat harta
- f) Hal yang merupakan pembelaan keselamatan agama Islam, seperti jihad di jalan Allah
- g) Hal yang menyangkut aturan-aturan hubungan keluarga, seperti nikah, talak, rujuk, hubungan nasab, pemberian hak waris dan sebagainya.

Imam Al Qorofi, salah seorang ulama terkemuka dari Mazhab Maliki member patokan umum mengenai hak Allah sebagai berikut: “Hak Allah adalah perintah-perintah dan larangan-laranganNya. Segala ketentuan Allah yang tidak dapat digugurkan oleh manusia adalah hak Allah, seperti larangan zina, larangan riba, perintah shalat dan sebagainya, yang semuanya dimaksudkan untuk menegakkan kebaikan dalam hidup masyarakat.”<sup>51</sup>

## 2) Hak Manusia

Hak manusia adalah segala hal yang berhubungan dengan kepentingan perorangan, yang tidak secara langsung menyangkut juga kepentingan

---

<sup>51</sup> *Ibid*, Ahmad Azhar Basyir, hlm. 21.

masyarakat. Hak manusia sendiri dapat dibagi menjadi dua bagian yaitu:<sup>52</sup>

- (1) Hak yang boleh digugurkan, yaitu semua hak selain hak yang tidak dapat digugurkan, seperti seorang yang menggugurkan hak milik dengan cara pemberian (hibah), dan hak qishash; dan,
- (2) Hak yang tidak boleh digugurkan, seperti hak pembeli dalam transaksi khiyar al-ru'yah sebelum melihat barang yang akan dibeli, hak syuf'ah sebelum terjadi akad jual beli karena hak ini belum terjadi. Juga termasuk hak yang diakui syara' yang lazim bagi seseorang seperti hak kewalian seorang bapak terhadap anaknya yang masih kecil.

### 3) Hak Gabungan

Hak gabungan antara hak Allah dan hak manusia mempunyai dua kemungkinan, yaitu:<sup>53</sup>

- (1) Hak Allah lebih menonjol daripada hak manusia
- (2) Hak manusia lebih menonjol daripada hak Allah

*Kemungkinan pertama* dapat dicontohkan seperti hukuman menuduh zina tanpa bukti yang cukup. Apabila sebab timbulnya pidana itu diperhatikan, kita melihat adanya dua macam hak, yaitu hak Allah dan hak manusia. Pidana terhadap penuduh zina diadakan dengan maksud untuk menghindarkan pencemaran nama baik orang yang dituduh, dalam hal ini tampak adanya hak

---

<sup>52</sup> *Op Cit*, Muhammad dan Alimin, hlm. 137.

<sup>53</sup> *Op Cit*, Ahmad Azhar Basyir, hlm. 22.

manusia. Namun dari segi lain, pidana itu diadakan guna menjerakan orang agar jangan mudah melontarkan tuduhan berbuat zina kepada orang lain jika tidak ada bukti-bukti yang cukup. Dalam hal ini nyata adanya hak Allah.

*Kemungkinan kedua* dapat dicontohkan seperti dalam pidana kisas dalam pembunuhan atau penganiayaan dengan sengaja. Dalam hal ini hak Allah terletak pada adanya ketentuan kisas dan pada waktu yang sama hak manusia dapat menggugurkan hak kisas dan diganti diyat dengan membayar denda.

**d. Hukum –hukum yang berkaitan dengan hak perlindungan konsumen dalam Islam**

Dalam fikih Islam terdapat lima hukum yang berkaitan dengan hak, yaitu:<sup>54</sup>

- 1) Pemilik suatu hak memiliki otoritas untuk menuntut pemenuhan haknya sesuai hukum (*istifa' al-haq*).

Sebagai contoh, apabila seseorang tidak mau memenuhi hak orang lain seperti pembayaran ganti rugi, maka pemerintah dapat mengambil hak itu secara paksa. Seperti pemberian upah atau gaji buruh dan pembayaran hutang piutang. Dalam hal ini Nabi saw bersabda:

*“Seorang berhutang yang punya harta namun ia enggan membayar hutangnya, maka perbuatan tersebut membolehkan hakim untuk melanggar kehormatannya dan menghukumnya-menahannya dengan syarat tertentu” (HR. Periwiyat yang lima selain Tirmidzi dari 'Amru ibn al-Syuraid. Dinyatakan shahih oleh IbnuHibban).*

---

<sup>54</sup> *Op Cit*, Muhammad dan Alimin, hlm. 138-139.

2) Hak dilindungi oleh syara

Syara' menetapkan perlindungan dari pelanggaran terhadap hak dengan beberapa cara, yaitu dengan tanggung jawab spirituil (jatuhnya dosa dan pahala), dan tanggung jawab sipil atau penetapan hak dengan tuntutan di depan pengadilan. Peranan dua perangkat hukum Islam dalam hal ini, yaitu hakim pengadilan (*al-qaddhi*) dan *wali hisbah* sangat berperan.

3) Penggunaan hak harus dengan cara yang sesuai dengan hukum syara.

Pemilik tidak boleh memakai haknya yang dapat menimbulkan bahaya atau kerugian pada orang lain, baik secara individu ataupun kelompok, dan apakah hal itu ia sengaja atau tidak. Pemilik hak tidak boleh mempergunakan haknya secara semena-mena, dikenal dengan istilah *al-ta'assuf fi isti'mal al-haq* yang dalam istilah hukum umum dikenal dengan nama *abus de droit*.

4) Hak dapat berpindah tangan dengan sebab tertentu, misalnya hak harta berpindah dengan sebab adanya akad dan hak perwalian akan berpindah dari bapak kepada kakek dengan sebab meninggal dunia.

5) Hak akan berakhir karena sebab yang sudah diatur syara', seperti hak kepemilikan akan berakhir karena akad penjualan dan hak manfaat akan berpindah karena habisnya tempo atau pembatalan akad *al-ijarah* (*sewa-menyewa*).

#### **e. Kajian hak dalam hubungannya dengan perlindungan konsumen**

Menurut Muhammad dan Alimin berkaitan dengan hak Dari uraian di atas, terdapat beberapa segi yang dapat dijadikan sebagai perisai bagi perlindungan konsumen, yaitu:<sup>55</sup>

- 1) Dalam Islam dikenal sebuah prinsip hukum publik yang berbunyi

bahwa:

*"hukum publik adalah salah satu dari hukum-hukum Allah swt".*

Prinsip ini berkaitan dengan hukum pidana dan semua hukum yang berkaitan dengan pelanggaran umum. Hukum publik ini harus ditegakkan oleh pemerintah walaupun dengan tidak adanya tuntutan dari rakyat, dengan demikian pemerintah adalah pengawas langsung dari pelaksanaan hukum publik ini. Peran semua perangkat hukum di sini sangat berperan, seperti kejaksaan (*al-qadhi*), polisi dan wali hisbah.

- 2) Apabila terjadi perbenturan kepentingan antara hak publik dengan hak individu, maka hak publik lebih diprioritaskan karena ia adalah hak Allah. Dalam hal ini konsumen pada umumnya adalah pihak publik.
- 3) Seseorang tidak dapat menggunakan haknya secara semena-mena. Tindakan monopoli dan pelanggaran dalam kehidupan bertetangga atau pelanggaran terhadap lingkungan merupakan salah satu

---

<sup>55</sup> *Ibid*, Muhammad dan Alimin, hlm. 143-144.

contoh dari penggunaan semena-mena terhadap hak. Betapa banyak pelaku usaha yang tidak memperdulikan kerusakan lingkungan akibat limbah pabriknya.

- 4) Hak manusia yang ditetapkan oleh syara' tidak boleh digugurkan, seperti hak pembeli dalam transaksi khiyar al-ru'yah sebelum melihat barang yang akan dibeli, hak syufah sebelum terjadi akad jual beli karena hak ini belum terjadi. Hal ini jelas dapat mengatasi kaidah kontrak standar dimana dalam Islam suatu perjanjian tidak bisa dilegalkan begitu saja secara sepihak, namun harus berada dalam koridor hukum syara'.
- 5) Adanya hak perlindungan lingkungan yang dikembangkan dari huquq al-irtifaq.
- 6) Terdapatnya sanksi-sanksi hukum yang tegas akibat pemakaian hak secara sewenang-wenang.

## **E. Metode Penelitian**

### **1. Pendekatan Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah yuridis normatif. Yuridis normatif maksudnya bahwa penelitian ini menggunakan data sekunder atau *secondary data*.<sup>56</sup> Pendekatan yuridis normatif mengutamakan pembahasan data sekunder berupa bahan-bahan hukum, baik

---

<sup>56</sup> Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, Cetakan (Jakarta: Rajawali, 2010), hlm. 12.

bahan hukum primer<sup>57</sup>, bahan hukum sekunder<sup>58</sup> maupun bahan hukum tertier.<sup>59</sup> Penelitian kepustakaan untuk memperoleh bahan-bahan pustaka yang dijadikan sebagai data dasar atau utama. Pendekatan yuridis normatif ini digunakan untuk menelusuri, meneliti dan mengkaji objek penelitian melalui asas-asas hukum, perundang-undangan nasional dan secara khusus hukum syariah yang menjadi dasar dalam melakukan telaah terhadap hal-hal yang berkaitan dengan hak perlindungan konsumen dalam karya tulis ilmiah ini.

## 2. Spesifikasi Penelitian

Spesifikasi penelitian ini adalah deskriptif analitis karena penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan paparan data yang seteliti mungkin tentang ketentuan-ketentuan hukum dan gejala-gejala hukum yang ada pada saat ini.<sup>60</sup>, dalam hubungannya dengan perlindungan konsumen dikaitkan dengan konsep hukum Islam tentang perlindungan konsumen.

---

<sup>57</sup> Soerjono Soekanto, *Ibid.*, hal. 52 menyebutkan bahwa bahan hukum primer ialah bahan-bahan hukum yang mengikat dan terdiri dari norma atau kaidah dasar (Pembukaan Undang-undang Dasar 1945); Peraturan Dasar, yaitu Batang Tubuh Undang-undang Dasar 1945, dan Ketetapan-ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat; Peraturan Perundang-undangan; bahan hukum yang tidak dikodifikasi misalnya hukum adat; yurisprudensi; traktat; bahan hukum dari zaman penjajahan yang hingga kini masih berlaku, misalnya Kitab Undang-undang Hukum Pidana yang merupakan terjemahan yang secara yuridis formil bersifat tidak resmi dari *Wetboek van Strafrecht*.

<sup>58</sup> *Ibid.*, Bahan hukum sekunder ialah bahan hukum yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer, misalnya rancangan undang-undang, hasil-hasil penelitian, dan hasil karya dari kalangan hukum.

<sup>59</sup> *Ibid.*, Bahan hukum tertier ialah bahan hukum yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder, seperti kamus, ensiklopedia, dan indeks kumulatif.

<sup>60</sup> *Ibid.*, hlm. 10.

### **3. Tahap Penelitian**

Penelitian kepustakaan atau *library research* dilakukan dalam upaya mencari data sekunder, yaitu bahan-bahan hukum yang bersifat mengikat pada masalah-masalah yang diteliti terdiri atas:

- a. Bahan hukum primer yaitu bahan hukum yang berasal dari: Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
- b. Bahan hukum sekunder yang terdiri atas asas-asas, doktrin-doktrin, dan konsep pendapat para ahli dan ulama serta buku dan kitab-kitab tentang Ekonomi Islam khususnya tentang persoalan yang berhubungan dengan perlindungan konsumen
- c. Bahan hukum tertier yaitu bahan yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder berupa kamus, ensiklopedia dan lain-lain.<sup>61</sup>

### **4. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dilakukan berupa:

- a. Studi Dokumen

Studi dokumen yaitu pengumpulan data sekunder berupa bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tertier. Bahan hukum primer yang digali dalam penelitian ini, di samping peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen, data dikumpulkan dari perundang-undangan Islam yang berkaitan

---

<sup>61</sup> Salim HS dan Erlies Septiana Nurbani, *Penerapan Teori Hukum Pada Penelitian Tesis Dan Disertasi*, Cetakan Kedua (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 16.

dengan ekonomi syariah khususnya tentang perlindungan konsumen dalam Islam

Bahan hukum sekunder yaitu terdiri dari atas asas-asas, doktrin-doktrin, pendapat ahli yang terdapat dalam literatur hukum dan jurnal-jurnal hukum tentang perlindungan konsumen dalam perspektif Islam yang ditulis oleh para ahli dan para ulama. Data yang diperoleh dipergunakan sebagai penjelasan terhadap bahan hukum primer.

b. Teknik Analisis Data

Data yang sudah dikumpulkan dianalisis dengan menggunakan metode yuridis normatif, yaitu berupa pemaparan dan penggambaran menyeluruh tentang masalah yang diteliti, yaitu tentang peraturan perundang-undangan. Pada teknik analisis pertama kali akan dilakukan analisis yuridis terhadap peraturan perundang-undangan nasional dan hukum Islam yang berkaitan dengan perlindungan konsumen. Langkah selanjutnya dilakukan analisis dan perbandingan kesesuaian penerapan ketentuan perundang-undangan nasional dengan hukum Islam dalam hubungannya dengan perlindungan konsumen.

## **F. Sistematika Penulisan**

Tesis akan ini disusun secara sistematis dalam 5 (lima) bab. Pembagian bab dilakukan dengan memperhatikan substansi pembahasan. Adapun rincian sistematika penulisan tesis ini adalah sebagai berikut:

## **BAB I. PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan bagian pendahuluan yang terdiri dari uraian latar belakang permasalahan pada penelitian, pokok-pokok permasalahan yang hendak diteliti, tujuan penelitian, manfaat penelitian tinjauan pustaka, metode penelitian dan sistematika penelitian

## **BAB II. BISNIS DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM**

Pada bab ini akan mengantarkan pada wacana tentang bagaimana sesungguhnya konsep dan konstuksi bisnis dalam perspektif Islam, dasar-dasar hukum Islam yang mendasari perilaku bisnis dalam konsep dan perspektif Islam. Pandangan Al-Qur'an dan As-Sunnah tentang bisnis yang Islami.

## **BAB III. KONTRIBUSI HUKUM ISLAM TERHADAP HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN DI INDONESIA**

Pada bab ini akan dibahas tentang bentuk kontribusi hukum Islam dari perspektif Al-Quran dan As-Sunnah terhadap hukum perlindungan hukum konsumen nasional di Indonesia dilihat dari kesesuaian konsep perlindungan konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nasional dengan konsep Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Al-Qur'an dan As-Sunnah (Hukum Islam).

#### **BAB IV. PENUTUP**

Bab ini merupakan bagian penutup yang berisi kesimpulan-kesimpulan berdasarkan analisis. Selanjutnya, berdasarkan kesimpulan-kesimpulan yang diperoleh, dikemukakan saran-saran bagi pihak-pihak yang berkepentingan terhadap hasil penelitian.

## BAB II

### BISNIS DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM

#### A. Pengertian Bisnis dalam Islam

Kata bisnis berasal dari bahasa Inggris *business*. Secara terminologi, bisnis dapat dipahami sebagai kegiatan usaha individu yang terorganisasi atau melembaga untuk menghasilkan dan menjual barang serta jasa guna memperoleh keuntungan dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat.<sup>62</sup> Pengertian bisnis tersebut sesuai definisi yang disampaikan Hughes dan Kapoor: “*Business is the organized effort of individuals to produce and sell for a profit, the goods and services that satisfies society’s needs. The general term business refers to all such effort within society or within industry*”<sup>63</sup> (Maksudnya, Bisnis adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisir untuk menghasilkan dan menjual barang serta jasa yang memenuhi kebutuhan masyarakat untuk mendapatkan keuntungan. Istilah umum bisnis merujuk pada semua usaha yang dilakukan dalam masyarakat atau industri).

Skinner mendefinisikan bisnis sebagai pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau member manfaat. Menurut Anoraga dan Soegiastuti, bisnis memiliki makna dasar sebagai “*the buying and selling of goods and services*”. Dalam pandangan Straub dan Attner, bisnis adalah suatu organisasi

---

<sup>62</sup>Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Cetakan Kedua (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014), hlm. 3.

<sup>63</sup> Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, Cetakan Kesatu (Bandung: Alfabeta. 2009) hlm. 115.

yang menjalankan aktivitas produksi dan penjualan barang-barang dan jasa-jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit.<sup>64</sup>

Pandangan lain juga menyatakan bahwa bisnis adalah sejumlah total usaha yang meliputi pertanian, produksi, konstruksi, distribusi, transportasi, komunikasi, usaha jasa, dan pemerintahan yang bergerak dalam bidang membuat dan memasarkan barang dan jasa ke konsumen.<sup>65</sup> Secara umum, istilah bisnis ditekankan pada 3 hal yaitu: usaha perorangan kecil-kecilan, usaha perusahaan besar seperti pabrik, transportasi, surat kabar, hotel dan sebagainya, dan usaha dalam bidang struktur ekonomi suatu negara.<sup>66</sup>

Di dalam Islam, bisnis dipahami sebagai berbagai aktivitas usaha dalam berbagai macam bentuk yang tidak dibatasi jumlah(kuantitas) kepemilikan harta (barang/jasa) termasuk profit, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya(ada aturan halal dan haram).<sup>67</sup>Islam mewajibkan setiap muslim untuk bekerja.Bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia memilikiharta kekayaan. Untuk memungkinkan manusia berusaha mencari nafkah,AllahSWT melapangkan bumi serta menyediakan berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan untuk mencari rizki, sesuai dengan firman Allah SWT; ”*Dialah yang menjadikan bumi ini mudah bagi kamu,maka berjalanlah disegala penjurunya dan makanlah sebagian dari rizki-*

---

<sup>64</sup> Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma,*Menggagas Bisnis Islami*,Cetakan Kesatu (Jakarta: Gema Insani Press, 2002). hlm 15

<sup>65</sup> Buchari Alma, *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islami*, Cetakan Ketiga (Bandung: Alfabeta. 2003), hlm. 90.

<sup>66</sup>*Ibid*, Buchari Alma, hlm. 90.

<sup>67</sup> *Op-Cit*, Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, hlm. 18

Nya...”.<sup>68</sup>”*Sesungguhnya kami telah menempatkan kamu sekalian di bumi dan kami adakan bagimu di muka bumi itu (sumber-sumber) penghidupan...*”<sup>69</sup>

Konsep bisnis dalam Islam dapat ditemukan dalam Al-Qur’an. Ada beberapa kata al-Qur’an yang berkaitan dengan konsep bisnis. Diantaranya adalah kata: *al-tijarah*, *al-bai’u*, *tadayantum*, dan *isyara*.<sup>70</sup> Menurut Kamus Kamus al-Munawwir, istilah *tijarah*, berawal dari kata dasar *tajara*, *tajran wa tijaratan*, yang bermakna berdagang, berniaga. *At-tijaratun walmutjar*; perdagangan atau perniagaan, *attijariyyu wal mutjariyyu*; yang berarti mengenai perdagangan atau perniagaan.<sup>71</sup>

Menurut Fu’ad Abdul Baqi, dalam *Mu’jam al-Mufahrasy*, di dalam al-Qur’an kata *tijarah* ditemukan sebanyak delapan kali dan *tijaratuhum* sebanyak satu kali. Bentuk *tijarah* terdapat dalam surat *al-Baqarah* (2):282, *an-Nisa* (4):29, *at-Taubah* (9): 24, *an-Nur* (24):37, *al-Fatir* (35): 29, *as-Shaff* (61):10, pada surat *al-Jum’ah* (62):11 (disebut dua kali). Adapun *Tijaratuhum* pada surat *al-Baqarah* (2):16.<sup>72</sup>

Dalam penggunaan kata *tijarah* pada ayat-ayat di atas terdapat dua macam pemahaman. Pertama, dipahami dengan bisnis yaitu pada surat *al-Baqarah* (2): 282. Kedua, dipahami dengan bisnis dalam pengertian umum. Hal ini menarik dalam pengertian-pengertian ini, dihubungkan dengan

---

<sup>68</sup>QS. Al-Mulk (67): 15

<sup>69</sup>QS. Al-A’raf (7): 10, Di antara sumber-sumber daya yang diserahkan kepada manusia antara lain adalah; hewan (an-Nahl:5,66,68-69), tumbuh-tumbuhan (an-Nahl:67), kekayaan laut (an-Nahl:14), kekayaan bahan tambang (al-Hadid: 25, al-Kahfi: 96-97).

<sup>70</sup> <http://stain.gurningsoft.com/news/file/6%20Bisnis%20dalam%20Perspektif%20islam.pdf>, Akhmad Nur Zaroni, *Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Aspek Keagamaan dalam Kehidupan Ekonomi*, hlm. 6.

<sup>71</sup> *Ibid*, Akhmad Nur Zaroni, hlm177.

<sup>72</sup> *Ibid*, Akhmad Nur Zaroni, hlm177.

konteksnya masing-masing adalah pengertian bisnis tidak hanya berhubungan dengan hal-hal yang bersifat material atau kuantitas, tetapi bisnis juga ditujukan kepada hal yang bersifat immaterial kualitatif.<sup>73</sup> Al-Qur'an menjelaskan:

*“Katakanlah jika Bapak-bapak, anak-anak, saudara-saudara, istri-istri kaum keluargamu, harta kekayaan yang kamu usahakan, perniagaan yang kamu khawatirkan kerugiannya dan rumah-rumah tempat tinggal yang kamu sukai adalah lebih kamu cintai dari pada Allah dan Rasul-Nya dan dari berjihad di jalan Allah maka tunggulah sampai Allah mendatangkan keputusannya. Dan Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang fasiq.”<sup>74</sup>*

*“Wahai orang-orang yang beriman sukakah kamu aku tunjukkan suatu perniagaan yang dapat menyelamatkan kamu dari azab yang pedih? Yaitu kamu beriman kepada Allah dan Rasul-Nya dan berjihad di jalan Allah dengan harta dan jiwamu. Itulah yang lebih baik bagi kamu jika kamu mengetahuinya.”<sup>75</sup>*

Ayat-ayat tersebut memberikan petunjuk tentang bagaimana transaksi bisnis yang bermanfaat dan menguntungkan, sehingga pelakunya akan memperoleh keuntungan yang besar dan keberhasilan yang kekal. Bisnis yang dimaksud adalah bisnis yang tetap berlandaskan keimanan, keikhlasan amal kepada Allah dan berjihad dengan jiwa dan harta dengan menyebarkan agama dan meninggikan kalimat-Nya.<sup>76</sup>

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku bisnis dalam Islam bukan hanya perbuatan dalam hubungan kemanusiaan semata, tetapi memiliki tendensi sifat Ilahiyah. Sikap kerelaandan keterbukaan antara pihak-pihak yang berkepentingan merupakan ciri dan sifat yang harus diimplemmentasikan dalam bisnis. Jika ciri dan sifat di atas tidak ada, maka

---

<sup>73</sup> *Ibid*, Akhmad Nur Zaroni, hlm177.

<sup>74</sup> QS. At-Taubah (9): 24

<sup>75</sup> QS. As-Shaff (61): 10-11

<sup>76</sup> *Op-Cit*, Akhmad Nur Zaroni, hlm. 178.

bisnis yang dilakukan tidak akan mendatangkan keuntungan dan manfaat. Ayat-ayat tersebut di atas secara tegas menunjukkan bahwa hakikat bisnis dalam Islam bukan hanya terkait dengan materi saja, tetapi juga berhubungan dengan non materi.<sup>77</sup>

Adapun kata *bai'* dari kata *ba'a*, dalam al-Qur'an dalam ditemukan berbagai variasi. *Baya'tum*, *yubayi'naka*, *yubayi'una*, *yubayi'unaka*, *fabayi'hunna*, *tabaya'tum*, *bai*, *bibai'ikum*, *biya'un*. Dari kata-kata tersebut yang paling banyak digunakan dalam al-Qur'an adalah kata *bai'*, yaitu sebanyak enam kali dan *yubayi'unaka* sebanyak dua kali. Adapun kata-kata lainnya masing-masing disebutkan satu kali.<sup>78</sup> *Al-bai'u* berarti menjual, lawan dari *isy tara* atau memberikan sesuatu yang berharga dan mengambil dari padanya suatu harga dan keuntungannya. Kata *bai'un* dalam al-Qur'an digunakan dalam dua pengertian: Pertama, jual beli dalam konteks tidak ada jual beli pada hari kiamat, karena itu al-Qur'an menyeru agar membelanjakan, mendayagunakan dan mengembangkan harta benda berada dalam proses yang tidak bertentangan dengan keimanan dan bertujuan untuk mencari keuntungan yang dapat menjadi bekal pada hari kiamat. Kedua, *al-bai'u* dalam pengertian jual beli yang halal, dan larangan untuk memperoleh atau mengembangkan harta benda dengan jalan riba.<sup>79</sup>

Kemudian al-Qur'an menggunakan kata *isy tara*. Kata *isy tara* dengan berbagai ragamnya sebanyak dua puluh lima kali. Dalam bentuk *isy tara* disebut satu kali, *isy taru* tujuh kali, *yasy tarun* lima kali, *tasy taru* dua kali,

---

<sup>77</sup> *Ibid*, Akhmad Nur Zaroni, hlm.178.

<sup>78</sup> *Ibid*, Akhmad Nur Zaroni, hlm.178.

<sup>79</sup> *Ibid*, Akhmad Nur Zaroni, hlm.178.

dan *syarau*, *syarauhu*, *yasyruna*, *yasyri*, *yasytari*, *yasytaru* masing-masing satu kali.<sup>80</sup>

Secara umum kata *isytara* dan berbagai ragamnya lebih banyak mengandung makna transaksi antara manusia dengan Allah atau transaksi sesama manusia yang dilakukan karena dan untuk Allah, atau juga transaksi dengan tujuan keuntungan manusia walaupun dengan menjual ayat-ayat Allah.<sup>81</sup>

Selain itu al-Qur'an juga menggunakan kata *tadayantum* yang disebutkan satu kali yaitu pada surat al-Baqarah (2): 282. Ayat ini digunakan dalam pengertian muamalah yakni jual beli, utang piutang, sewa menyewa dan lain sebagainya yang jika dilakukan tidak secara tunai hendaknya pencatatan dengan benar.<sup>82</sup>

Dari penjelasan di atas, terlihat jelas bahwa bisnis dalam Al-Qur'an tidak semata-mata bersifat material, tetapi juga immaterial. Untuk itu pelaku bisnis harus selalu menjaga profesionalisme terhadap sesama dan menjaga ketaatan terhadap Allah Swt. Dalam konteks inilah Al-Qur'an menawarkan keuntungan dengan suatu bursa yang tidak pernah mengenal kerugian, yaitu *tijarah lan tabura*.<sup>83</sup>

*“Sesungguhnya Allah membeli dari orang-orang mukmin harta dan jiwa mereka dan imbalannya mereka memperoleh surga.....Siapakah yang lebih menepati janjinya (selain)*

---

<sup>80</sup> *Ibid*, Akhmad Nur Zaroni, hlm.178

<sup>81</sup> *Ibid*, Akhmad Nur Zaroni, hlm. 179 .Seperti beberapa ayat berikut: QS. at-Taubah (2): 111 digunakan dalam pengertian membeli dalam konteks Allah membeli diri dan harta orang-orang mukmin, QS. Al-Baqarah (2):16; membeli kehidupan dunia dengan kehidupan akhirat, QS. Al-Baqarah (2): 86; menjual diri dengan kekafiran, QS. Al-Baqarah (2): 90; membeli kesesatan dengan petunjuk, QS. Al-baqarah (2): 175; menukar iman dengan kekafiran, QS. Ali Imran (3): 177,187; menukar ayat Allah dengan harga yang sedikit.

<sup>82</sup> *Ibid*, Akhmad Nur Zaroni, hlm.179. Lihat juga QS. Al-Baqarah (2): 282

<sup>83</sup> *Ibid*, Akhmad Nur Zaroni, hlm.179. Lihat juga Quraish Shihab, Etika Bisnis dalam Wawasan al-Qur'an, *Jurnal Ulumul Qur'an*, No 3/VII/97, hlm. 5

*Allah, maka bergembiralah dengan jual beli yang kamu lakukan itu, itulah kemenangan yang besar.”<sup>84</sup>*

## **B. Prinsip-Prinsip Bisnis Dalam Islam**

Prinsip bisnis dalam Islam telah diatur secara terperinci dan sedemikian rupa. Seorang pelaku usaha (pebisnis) dibenarkan mencari keuntungan, tetapi dalam batas maksimal tanpa merugikan masyarakat. Islam tidak menganut apa yang diajarkan dalam prinsip ekonomi barat (dengan modal yang sedikit dengan tujuan memperoleh keuntungan yang lebih tinggi). Meskipun salah satu tujuan bisnis dalam Islam juga untuk memperoleh keuntungan, tetapi pada prinsipnya aturan bisnis dalam Islam telah memberikan batas-batas tertentu dengan memperhatikan kemaslahatan pada masyarakat.<sup>85</sup>

Kebebasan individu dalam Islam hanya diakui selama tidak bertentangan dengan kepentingan masyarakat atau tidak melanggar hak-hak orang lain. Maka untuk menjaga kebebasan tersebut Allah SWT telah memberikan rambu-rambu dalam Al-Qur'an. Hal ini penting agar sesama muslim tidak saling memakan harta sesamanya dengan jalan yang batil, melainkan melalui bisnis perdagangan dengan kerelaan pihak yang terlibat.<sup>86</sup> Berikut adalah hal-hal prinsip yang dilarang dalam bisnis Islam:

### **1. Larangan Sistem Riba**

Riba berarti *al ziyadah* (tambahan), *al-nama* (tumbuh). Istilah riba dapat diartikan dengan tambahan yang disyaratkan dalam transaksi

---

<sup>84</sup> QS. At-Taubah (9): 111.

<sup>85</sup>Hulwati, *Ekonomi Islam, Teori Dan Praktiknya Dalam Perdagangan Obligasi Syariah di Pasar Modal Indonesia Dan Malaysia*, Edisi Kesatu(Jakarta: Ciputat Press, 2006), hlm. 29-30.

<sup>86</sup> *Ibid*, Hulwati, hlm. 30-31.

bisnis tanpa ada ganti rugi yang dibenarkan syariah kepada penambahan tersebut.<sup>87</sup>

Larangan riba ini telah diungkapkan dalam al-qur'an:<sup>88</sup> *“Allah memusnahkan riba dan menyuburkan sedekah. Allah tidak menyukai setiap orang yang tetap dalam kekafiran dan bergelimang dosa. (276); Sungguh, orang-orang yang beriman, mengerjakan kebajikan, melaksanakan salat dan menunaikan zakat, mereka mendapat pahala disisi TuhanNya. Tidak ada rasa takut pada mereka dan mereka tidak bersedih hati. (277); Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisi riba (yang belum dipungut) jika kamu orang beriman. (278); Jika kamu tidak melaksanakannya, maka umumkanlah perang dari Allah dan Rasul-Nya. Tetapi jika kamu bertobat, maka kamu berhak atas pokok hartamu. Kamu tidak berbuat zalim (merugikan) dan tidak dizalimi (dirugikan). (279); Dan jika (orang berutang itu) dalam kesulitan, maka berilah tenggang waktu sampai dia memperoleh kelapangan. Dan jika kamu menyedekahkan, itu lebih baik bagimu, jika kamu mengetahui. (280).*

Berdasarkan ayat-ayat Al-Qur'an tersebut telah dijelaskan betapa pentingnya bagi umat Islam untuk meninggalkan sisa riba (dari hutang yang belum diterima), dan menganjurkan agar hanya menerima sejumlah nilai asal dari pinjaman.<sup>89</sup>

---

<sup>87</sup> *Ibid*, Hulwati, hlm. 31.

<sup>88</sup> Qs. Al-Baqarah: 276-280

<sup>89</sup> *Op-Cit*, Hulwati, hlm. 33.

## **2. Larangan Ghurur (Penipuan)**

Menipu dan tertipu laksana satu mata uang dengan dua sisi. Artinya tidak akan pernah ada orang yang tertipu, jika tidak ada yang menipu. Didalam Islam, mereka yang menipu maupun yang tertipu sama-sama merupakan korban. mereka yang tertipu adalah korban penipuan, dan mereka yang menipu adalah korban hawa nafsu negatif mereka sendiri.<sup>90</sup>

## **3. Larangan Riswah (Suap)**

Salah satu model bisnis yang paling banyak peminatnya adalah bisnis yang mengajak pelaku ekonomi kepada sistem kongkalikong ataupun pungutan liar. Suap adalah sesuatu yang haram, karena dengan suap yang benar bisa salah dan yang salah bisa menjadi benar. Karena perkara suap sangat mengganggu berlangsungnya pasar selain juga menimbulkan persaingan tidak sehat yang merajalela dikalangan pelaku bisnis.<sup>91</sup>

## **4. Larangan Perdagangan dengan Paksaan**

Kebebasan untuk membuat pilihan dan keinginan untuk melakukan bisnis perdagangan yang terbebas dari keterpaksaan senantiasa harus dijalankan dalam semua aktivitas perdagangan. Karena paksaan secara langsung atau tidak dalam perdagangan yang menyebabkan kerugian bagi orang lain tidak diperbolehkan secara Islam.<sup>92</sup>

---

<sup>90</sup> Hasan Aedy, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*, Cetakan Kesatu (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm.94.

<sup>91</sup> *Ibid*, Hasan Aedy, hlm.98.

<sup>92</sup> *Op-Cit*, Hulwati, hlm. 44-45.

## 5. Larangan Menjual Produk Haram

Secara umum pelaku bisnis konvensional, tidak mengenal produk haram, kecuali yang dilarang oleh undang-undang atau negara.<sup>93</sup> Meskipun Islam menggalakkan umatnya untuk berusaha (berbisnis/berdagang), namun bukan berarti semua barang boleh atau halal untuk diperdagangkan tanpa batasan.<sup>94</sup> Hal ini sebagaimana isi hadis yang diriwayatkan Jabir bin ‘Abd bahwa ia mendengar Rasulullah saw,. Berkata pada tahun pembukaan Makkah: *“Sesungguhnya Allah SWT melarang (mengharamkan) perdagangan khamar, bangkai, babi, dan patung-patung...”*<sup>95</sup>

## 6. Kewajiban Menyempurnakan Timbangan

Untuk mengawasi harta dan menjaga hak perseorangan, Islam mengajak para pelaku usaha senantiasa untuk mengatur takaran dan timbangannya secara tepat

*“Oleh karena itu, sempurnakanlah takaran dan timbangan, dan jangan kamu merugikan orang sedikitpun. Janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi setelah (diciptakan) dengan baik. Itulah yang lebih baik bagimu jika kamu orang beriman.”*<sup>96</sup>

Dalam ayat lain Allah juga menegaskan;

---

<sup>93</sup> *Op-Cit*, Hasan Aedy, hlm.99.

<sup>94</sup> *Op-Cit*, Hulwati, hlm. 46.

<sup>95</sup> *Op-Cit*, Hulwati, hlm. 46.

<sup>96</sup> Qs. Al-A'raf (7): 85.

*“Celakalah bagi orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang)!<sup>97</sup>; (Yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dicukupkan,<sup>98</sup>; dan apabila mereka menakar atau menimbang (untuk orang lain), mereka mengurangi.<sup>99</sup>*

### **C. HAK KONSUMEN DIDALAM BISNIS**

Hukum positif Indonesia memberikan kebebasan kepada para pihak (Pelaku Usaha dan Konsumen) untuk melakukan suatu perikatan. Bentuk dan isi perikatan tersebut ditentukan sendiri oleh para pihak. Apabila telah disepakati bentuk dan isinya, maka perikatan tersebut memiliki konsekuensi logis mengikat para pihak yang menyepakatinya dan harus dilaksanakan segala hak dan kewajibannya. Hal ini sebagaimana telah diatur dalam Pasal 1338 KUH Perdata bahwasanya: *“Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai Undang-undang bagi mereka yang membuatnya.”<sup>100</sup>*; *“Suatu perjanjian tidak dapat ditarik kembali selain dengan sepakat kedua belah pihak, atau karena alasan-alasan yang oleh Undang-undang dinyatakan cukup untuk itu.”<sup>101</sup>*; *“Suatu perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik.”<sup>102</sup>*

Dalam tulisan karya ilmiah ini penulis nantinya hanya akan melihat dan membatasi hak konsumen dilihat dari 2 jenis hak saja yaitu:

---

<sup>97</sup>Qs. Al-Mutaffifin (83): 1.

<sup>98</sup> Qs. Al-Mutaffifin (83): 2.

<sup>99</sup> Qs. Al-Mutaffifin (83): 3.

<sup>100</sup>Pasal 1338 ayat 1 KUH Perdata

<sup>101</sup> Pasal 1338 ayat 2 KUH Perdata

<sup>102</sup> Pasal 1338 ayat 3 KUH Perdata

1. Hak untuk memilih; dan
2. Hak atas informasi.

### **1. Hak untuk memilih**

Seperti diketahui bahwasanya kebebasan berkontrak dalam kenyataannya dapat menimbulkan ketidakadilan. Kebebasan berkontrak didasarkan pada asumsi bahwa para pihak dalam kontrak memiliki posisi tawar (*bargaining position*) yang seimbang, tetapi pada kenyataannya para pihak tidak selalu memiliki posisi tawar yang seimbang. Akibatnya, pihak yang memiliki posisi tawar yang lebih kuat cenderung menguasai pihak yang memiliki posisi tawar yang lebih lemah.<sup>103</sup>

Kebebasan berkontrak didalam Islam tidak bersifat absolut. Sepanjang tidak bertentangan dengan syari'ah Islam, maka kontrak tersebut boleh dilaksanakan. Negara juga telah melakukan sejumlah pembatasan kebebasan berkontrak melalui peraturan perundang-undangan dan putusan pengadilan. Pembatasan kebebasan berkontrak tersebut setidaknya dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu:<sup>104</sup>

- a. Makin berpengaruhnya ajaran iktikad baik, dimana iktikad baik tidak hanya ada pada pelaksanaan kontrak, tetapi juga harus ada pada saat dibuatnya kontrak;
- b. Makin berkembangnya ajaran penyalahgunaan keadaan (*misbruik van omstandigheden* atau *undue influence*).

---

<sup>103</sup>Ridwan Khairandy, *Iktikad Baik Dalam Kebebasan Berkontrak*, Cetakan Kedua (Jakarta: Program Pasca Sarjana Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2004), hlm. 1-2.

<sup>104</sup> *Ibid*, Ridwan Khairandy, hlm. 2-3.

Didalam Islam kata-kata kebebasan berkontrak bisa dipersamakan dengan hak khiyar yang secara substansi memiliki definisi yang sama yaitu bebas memilih. Kata al-khiyar dalam bahasa Arab memiliki arti pilihan. Pembahasan al-khiyar dikemukakan para ulama fikih dalam permasalahan yang menyangkut transaksi dalam bidang perdata khususnya transaksi ekonomi, sebagai sebagai salah satu hak bagi kedua belah pihak yang melakukan transaksi (*akad*) ketika terjadi beberapa persoalan dalam transaksi dimaksud.<sup>105</sup>

Secara terminologi, para ulama fikih telah mendefinisikan al-khiyar, antara lain menurut Sayyid Sabiq: *“khiyar ialah mencari kebaikan dari dua perkara, melangsungkan atau membatalkan (jual beli)”*.<sup>106</sup>

M. Abdul Mujieb mendefinisikan: *“khiyar ialah hak memilih atau menentukan pilihan antara dua hal bagi pembeli dan penjual, apakah akad jual beli akan diteruskan atau dibatalkan”*.<sup>107</sup>

Wahbah al Zuhailly mendefinisikan al-khiyar dengan: *“Hak pilih bagi salah satu atau kedua belah pihak yang melaksanakan transaksi untuk melangsungkan atau membatalkan transaksi yang disepakati sesuai dengan kondisi masing-masing pihak yang melakukan transaksi”*.<sup>108</sup>

Hak khiyar ditetapkan syariat Islam bagi orang-orang yang melakukan transaksi perdata agar tidak dirugikan dalam transaksi yang mereka lakukan, sehingga kemaslahatan yang dituju dalam suatu transaksi

---

<sup>105</sup>Abdul Rahman Ghazaly, Ghufon Ihsan dan Sapiudin Shidiq, *Fiqh Muamalat*, Edisi Pertama (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hlm. 97.

<sup>106</sup>*Ibid*, Abdul Rahman Ghazaly.

<sup>107</sup>*Ibid*, Abdul Rahman Ghazaly.

<sup>108</sup>*Ibid*, Abdul Rahman Ghazaly.

tercapai dengan sebaik-baiknya. Dengan kata lain diadakannya khiyar oleh syara' agar kedua belah pihak dapat memikirkan lebih jauh kemaslahatan masing-masing dari akad jual belinya, supaya tidak menyesal dikemudian hari, dan tidak merasa tertipu.<sup>109</sup> Jadi, hak khiyar itu ditetapkan dalam Islam untuk menjamin kerelaan dan kepuasan timbal balik pihak-pihak yang melakukan jual beli. Dari satu segi memang opsi khiyar ini terlihat tidak praktis karena mengandung arti ketidakpastian suatu transaksi, namun dari segi kepuasan pihak yang melakukan transaksi, khiyar ini merupakan jalan terbaik.<sup>110</sup>

Khiyar itu ada yang bersumber dari syara', seperti khiyar majlis, aib, dan ru'yah. Selain itu ada juga khiyar yang bersumber dari kedua belah pihak yang berakad, seperti khiyar syarat dan khiyar ta'yin. Berikut ini dikemukakan pengertian masing-masing khiyar tersebut:

- a. *Khiyar majlis*, yaitu hak pilih dari kedua belah pihak yang berakad untuk membatalkan akad, selama keduanya masih berada dalam majelis akad dan belum berpisah badan. Artinya, transaksi baru dianggap sah apabila kedua belah pihak yang melaksanakan akad telah berpisah badan, atau salah seorang di antara mereka telah melakukan pilihan untuk menjual dan/atau membeli. Khiyar seperti ini hanya berlaku dalam transaksi yang bersifat mengikat kedua belah pihak yang melaksanakan transaksi, seperti jual beli dan sewa-menyewa.
- b. *Khiyar 'aib*, yaitu hak untuk membatalkan atau melangsungkan jual beli bagi kedua belah pihak yang berakad apabila terdapat suatu cacat pada objek yang diperjualbelikan, dan cacat itu tidak diketahui pemiliknya ketika akad berlangsung. Jadi dalam khiyar aib itu apabila terdapat bukti cacat pada barang yang dibelinya,

---

<sup>109</sup>*Ibid*, Abdul Rahman Ghazaly, hlm. 97-98.

<sup>110</sup>*Ibid*, Abdul Rahman Ghazaly, hlm. 98.

- pembeli dapat mengembalikan barang tersebut dengan memintaganti barang yang baik, atau kembali barang dan uang
- c. *Khiyar Ru'yah*, yaitu khiyar (hak pilih) bagi pembeli untuk menyatakan berlaku atau batal jual beli yang ia lakukan terhadap suatu objek yang belum ia lihat ketika akad berlangsung. Junhur ulama fikih yang terdiri dari ulama Hanafiyah, Malikiyah, Hanabilah dan Zahriyah menyatakan bahwa khiyar ru'yah disyariatkan dalam Islam berdasarkan sabda Rasulullah saw yang menyatakan: “Siapa yang membeli sesuatu yang belum ia lihat maka ia berhak khiyar apabila telah melihat barang itu”. (HR. Dar al-Quthni dari Abu Hurairah).
  - d. *Khiyar syarat*, yaitu khiyar (hak pilih) yang dijadikan syarat oleh keduanya (pembeli dan penjual), atau salah seorang dari keduanya sewaktu terjadi akad untuk meneruskan atau membatalkan akadnya itu, agar dipertimbangkan setelah sekian hari. Lama syarat yang diminta paling lama tiga hari.
  - e. *Khiyar ta'yin*, yaitu hak pilih bagi pembeli dalam menentukan barang yang berbeda kualitas dalam jual beli. Contoh, pembelian keramik: ada yang berkualitas super (KW 1) dan sedang (KW 2). Akan tetapi, pembeli tidak mengetahui secara pasti mana keramik yang super dan berkualitas sedang, untuk menentukan pilihan itu ia memerlukan pakar yang ahli dalam menilai keramik.

Jadi sesungguhnya hak khiyar dalam jual beli termasuk dari keindahan Islam. Karena terkadang terjadi bisnis jual beli secara mendadak tanpa berpikir dan merenungkan harga dan manfaat barang yang dibeli. Karena alasan itulah, Islam memberikan kesempatan untuk mempertimbangkan bisnis jual beli yang dinamakan dengan hak khiyar, keduanya bisa memilih disela-selanya yang sesuai salah satu dari keduanya berupa meneruskan jual beli atau membatalkannya.

## **2.Hak atas informasi**

Untuk menentukan bahwa hak atas informasi yang dimiliki konsumen setidaknya terjamin dapat dilihat dari pertanyaan ini: “Apa yang harus

diperhatikan konsumen ketika harus menentukan pilihan terhadap suatu produk”? Sebagai konsumen, kita sering dihadapkan pada pertanyaan seperti ini. Betapa tidak? Untuk urusan produk sabun saja misalnya, di pasaran ada puluhan atau mungkin ratusan merek. Walaupun secara fungsional sama, yaitu sebagai alat pembersih badan.

Menurut buku “Menggeser Neraca Kekuatan” panduan latihan pendidikan konsumen terbitan Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia-YLKI (1990) – ada empat hal yang harus diperhatikan konsumen:<sup>111</sup>

**Pertama**, dari aspek ekonomi mikro. Di sini ada beberapa pertanyaan, seperti:<sup>112</sup>

- a. Berapa harga suatu produk?;
- b. Apakah harga itu wajar jika dibandingkan dengan barang yang sama mutu dan jumlahnya?;
- c. Apakah ada barang pengganti sejenis yang lebih murah, lebih sehat dan dapat diperoleh di tempat yang sama?

**Kedua**, dari aspek lingkungan. Apakah kemasan baik berupa botol atau kaleng produk tersebut tercemar secara kimiawi maupun biologis? Juga, apakah kemasan produk tersebut menggunakan secara boros bahan baku yang langka dan merusak lingkungan hidup?<sup>113</sup>

---

<sup>111</sup> Sudaryatmo, Hukum Dan Advokasi Konsumen, Cetakan Kedua (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1999), hlm. 1

<sup>112</sup> *Ibid*, Sudaryatmo.

<sup>113</sup> *Ibid*, Sudaryatmo.

**Ketiga**, dari aspek hukum. Ada sejumlah pertanyaan:<sup>114</sup>

- a. Soal legalitas produk tersebut. Artinya, apakah produk tersebut sudah terdaftar pada instansi terkait? Untuk makanan misalnya, sudah ada nomor registrasi dari Depkes;
- b. Jika konsumen tidak puas dengan produk tersebut, dapatkah dikembalikan kepada penjual/produsen?;
- c. Jika isinya kurang dari yang seharusnya, sudikah produsen/penjual member ganti rugi kepada konsumen?;
- d. Apakah pelabelan dan iklan produk tersebut sudah sesuai dengan peraturan yang berlaku?

**Keempat**, dari aspek kesehatan dan keamanan. Seperti apakah produk tersebut mengandung bahan berbahaya yang dapat mengganggu kesehatan konsumen? Untuk makanan misalnya, tidak menggunakan pemanis, pewarna, pengawet dan pelezat buatan yang tidak diizinkan untuk makanan. Juga tidak adanya unsur-unsur senyawa berbahaya, seperti merkuri untuk produk minyak rambut/kosmetika.<sup>115</sup>

Dari sisi kepentingan konsumen, jika keempat parameter tersebut apabila dipraktikkan, maka kejelasan atas informasi yang menjadi hak konsumen sudah terlindungi dengan memadai bagi konsumen di Indonesia. Namun dalam perkembangan gerakan konsumen global, konsumen dituntut tidak hanya secara

---

<sup>114</sup> *Ibid*, Sudaryatmo, hlm. 2.

<sup>115</sup> *Ibid*, Sudaryatmo, hlm. 2

mandiri dapat melindungi diri, tetapi juga secara eksternal dituntut peduli terhadap masalah yang lebih luas.

Dari lain sisi Pemerintah sebagai pengawas masyarakat harusw bersikap adil dalam memonitor informasi akan kelayakan suatu produk yang dikeluarkan produsen (pelaku usaha) di pasaran bahwa produk yang dikeluarkan tersebut benar-benar sesuai dengan informasi yang tertera dikemasan produk. Hal ini penting dalam memberikan rasa aman terhadap konsumen didalam menggunakan produk.

Jika sikap adil dalam menyampaikan informasi ini dapat dilakukan pelaku usaha dapat benar-benar dilaksanakan dengan benar dan pemerintah sebagai pengawas tidak berpihak kepada salah satu pihak maka sesungguhnya kepentingan pelaku usaha maupun konsumen akan terjamin dan standar mutu suatu produk juga akan semakin meningkat/membaik kedepannya. Hal ini bisa pemerintah lakukan dengan menjamin diterapkannya peraturan perundangan-undangan, atau lebih sederhananya pemerintah bisa menjamin bahwa pelaku usaha dalam memasarkan produknya dalam menyampaikan informasi tentang kualitas suatu produk benar-benar sesuai dengan apa yang tertera dalam kemasan misalnya.. hal ini dapat Pemerintah lakukan pengawasan dengan memberi atau tidak memberi izin sertifikasi kelayakan suatu produk untuk dilepas dipasaran.

## BAB III

# KONTRIBUSI HUKUM ISLAM TERHADAP HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN

### A. Pengertian Perlindungan Konsumen

Dalam berbagai referensi, ditemukan sedikitnya dua istilah hukum mengenai konsumen yaitu hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen. Kedua istilah “*hukum konsumen*” dan “*hukum perlindungan konsumen*” ini sudah sering kita dengar. Namun, belum jelas benar apa saja yang masuk kedalam materi keduanya. Juga, apakah kedua cabang hukum itu identik.<sup>116</sup>

Definisi hukum konsumen menurut A.Z Nasution diartikan sebagai keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang dan/atau jasa konsumen, didalam pergaulan hidup. Sedangkan hukum perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen yang mengatur asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur dan juga mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen.<sup>117</sup>

Berkaitan dengan pengertian hukum konsumen dan hukum perlindungan konsumen yang telah disebutkan di atas, maka disimpulkan beberapa pokok pemikiran:<sup>118</sup>

---

<sup>116</sup>Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Edisi Revisi, (Jakarta: Grasindo, 2004), hlm. 11.

<sup>117</sup>*Ibid*, Shidarta, hlm. 11.

<sup>118</sup>Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*, Cetakan Kedua (Jakarta:Kencana, 2011), hlm.58.

- 1) Hukum konsumen memiliki cakupan yang lebih luas dibandingkan dengan hukum perlindungan konsumen.
- 2) Subjek yang terlibat dalam perlindungan konsumen adalah masyarakat sebagai konsumen, dan di sisi lain pelaku usaha, atau pihak-pihak lain yang terkait, misalnya distributor, media cetak dan televisi, agen atau biro periklanan, Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), dan sebagainya.
- 3) Objek yang diatur adalah barang, dan/atau jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha/produsen kepada konsumen.
- 4) Ketidak setaraan kedudukan konsumen dengan pelaku usaha mengakibatkan pemerintah mengeluarkan kaidah-kaidah hukum yang dapat menjamin dan melindungi konsumen.

Definisi hukum perlindungan konsumen tidak dicantumkan di dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tetapi yang dicantumkan hanya mengenai definisi perlindungan konsumen. Definisi tersebut terdapat dalam Pasal 1 ayat 1 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999, isinya yaitu “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”.<sup>119</sup>

Rumusan pengertian perlindungan konsumen yang terdapat dalam Pasal 1 ayat 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, tersebut cukup memadai. Kalimat yang menyatakan “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum”, diharapkan sebagai benteng untuk meniadakan

---

<sup>119</sup>Pasal 1 ayat 1 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999

tindakan sewenang-wenang yang merugikan pelaku usaha hanya demi untuk kepentingan perlindungan konsumen.<sup>120</sup>

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK 1999) mengelompokkan norma-norma perlindungan konsumen (hukum materiil) ke dalam dua kelompok, yaitu:<sup>121</sup>

1. Perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha (Bab IV Undang-Undang Perlindungan Konsumen 1999) dan;
2. Ketentuan pencantuman klausul baku (Bab V Undang-Undang Perlindungan Konsumen 1999).

Pengelompokan tersebut ditujukan untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen akibat perbuatan yang dilakukan pelaku usaha. Lebih jauh menurut Purba terdapat sendi-sendi pengaturan perlindungan konsumen dapat dirinci sebagai berikut:<sup>122</sup>

1. Kesederajatan antara konsumen dan pelaku usaha;
2. Konsumen mempunyai hak;
3. Pelaku usaha mempunyai kewajiban;
4. Pengaturan mengenai perlindungan hukum bagi konsumen menyumbang pada pembangunan nasional;
5. Pengaturan tidak merupakan syarat;
6. Perlindungan hukum bagi konsumen dalam iklim hubungan bisnis yang sehat;

---

<sup>120</sup>*Op-Cit*, Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, hlm. 1.

<sup>121</sup> Yusuf Shofie, *Perlindungan Konsumen & Instrumen-Instrumen Hukumnya*, Cetakan Ketiga (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2009), hlm. 30.

<sup>122</sup> Abdul Halim Barkatullah, *Hak-Hak Konsumen*, Cetakan Kesatu (Bandung: Nusamedia, 2010), hlm. 3.

7. Keterbukaan dalam promosi produk;
8. Pemerintah berperan aktif;
9. Peran serta masyarakat;
10. Implementasi asas kesadaran hukum;
11. Perlindungan hukum bagi konsumen memerlukan penerobosan konsep-konsep hukum tradisional;
12. Konsep perlindungan hukum bagi konsumen memerlukan penerobosan konsep-konsep hukum.

Perlindungan hukum konsumen merupakan bagian dari hukum publik dan hukum privat. Dikatakan sebagai bagian dari hukum publik karena sebenarnya disinilah peran pemerintah untuk melindungi seluruh konsumen dari produk-produk yang tidak berkualitas atau dari pelaku usaha yang beritikad buruk. Perlindungan konsumen merupakan bagian hukum privat karena adanya suatu perikatan, baik itu perikatan yang lahir karena perjanjian yang implikasi hukumnya adalah wanprestasi maupun perikatan yang lahir karena undang-undang yang berimplikasi perbuatan melanggar hukum.

Wanprestasi (kelalaian atau kealpaan) seorang debitur dapat berupa:<sup>123</sup>

- a. Sama sekali tidak memenuhi prestasi;
- b. Tidak tunai memenuhi prestasi;
- c. Terlambat dalam memenuhi prestasi;
- d. Keliru memenuhi prestasi.

---

<sup>123</sup>Riduan Syahrani, *Seluk Beluk dan Asas-Asas Hukum Perdata*, Edisi Ketiga (Bandung: Alumni, 2006), hlm. 218.

Terhadap kelalaian atau kealpaan yang dilakukan oleh pelaku usaha, dapat dituntut dengan beberapa sanksi atau hukuman, yaitu:<sup>124</sup>

- a. *Pertama*, konsumen dapat meminta pelaksanaan perjanjian, meskipun pelaksanaan ini sudah terlambat;
- b. *Kedua*, konsumen dapat meminta penggantian kerugian saja, yaitu kerugian yang dideritanya, karena perjanjian tidak atau terlambat dilaksanakan, atau dilaksanakan tetapi tidak sebagaimana mestinya;
- c. *Ketiga*, konsumen dapat menuntut pelaksanaan perjanjian disertai dengan penggantian kerugian yang diderita olehnya sebagai akibat terlambatnya pelaksanaan perjanjian;
- d. *Keempat*, dalam hal suatu perjanjian yang meletakkan kewajiban timbal balik, kelalaian satu pihak memberikan hak kepada pihak yang lain untuk meminta pada hakim supaya perjanjian dibatalkan, disertai dengan permintaan ganti kerugian.

Untuk menghindari terjadinya kerugian bagi konsumen karena terjadinya wanprestasi, maka konsumen dapat menuntut salah satu dari lima kemungkinan, yaitu:<sup>125</sup>

- 1) Pembatalan (pemutusan) perjanjian;
- 2) Pemenuhan perjanjian;
- 3) Pembayaran ganti kerugian;
- 4) Pembatalan perjanjian disertai ganti kerugian;

---

<sup>124</sup>Subekti, *Pokok-Pokok Hukum Perdata*, Cetakan Kelimabelas (Jakarta: Intermasa, 1980), hlm. 147-148

<sup>125</sup>Ahmadi Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*, (Jakarta: Raja Grafindo Pustaka, 2011), hlm. 73.

5) Pemenuhan perjanjian disertai ganti kerugian.

Tuntutan ganti kerugian berdasarkan wanprestasi didahului dengan adanya suatu perjanjian antara produsen dengan konsumen. Dalam tanggung gugat berdasarkan adanya wanprestasi, kewajiban untuk membayar ganti kerugian tidak lain daripada akibat penerapan ketentuan dalam perjanjian, yang merupakan ketentuan hukum yang oleh kedua pihak secara sukarela tunduk berdasarkan perjanjiannya. Dengan demikian, bukan undang-undang yang menentukan apakah harus dibayar ganti kerugian atau berapa besar ganti kerugian yang harus dibayar, melainkan kedua belah pihak yang menentukan syarat-syaratnya serta besarnya ganti kerugian yang harus dibayar.<sup>126</sup>

Berbeda dengan tuntutan ganti kerugian yang didasarkan dari perjanjian (karena terjadinya wanprestasi), tuntutan ganti kerugian berdasarkan perbuatan melanggar hukum tidak perlu didahului dengan perjanjian antara pelaku usaha dan konsumen<sup>127</sup> karena tuntutan ganti kerugian perbuatan melanggar hukum ini lahir dari undang-undang. Mengenai perbuatan melanggar hukum ini diatur dalam Pasal 1365 KUHPerdara<sup>128</sup> yang berbunyi “*Tiap perbuatan melanggar hukum, yang membawa kerugian kepada seorang lain, mewajibkan orang yang karena salahnya menerbitkan kerugian itu, mengganti kerugian tersebut.*”

---

<sup>126</sup>*Op-Cit*, Ahmadi Miru, hlm. 73.

<sup>127</sup>*Ibid*, Ahmadi Miru, hlm. 74.

<sup>128</sup>R. Subekti dan R. Tjitrosudibio, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, Cetakan Keempat-puluh (Jakarta: Pradnya Paramita, 2009), hlm. 346.

Secara teoritis, dikatakan bahwa tuntutan ganti kerugian berdasarkan alasan perbuatan melanggar hukum baru dapat dilakukan apabila memenuhi unsur-unsur sebagai berikut, yaitu:<sup>129</sup>

- a. Ada perbuatan melanggar hukum;
- b. Ada kerugian;
- c. Ada hubungan kausalitas antara kerugian dan perbuatan melanggar hukum; dan
- d. Ada kesalahan.

## **B. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen**

Berbicara mengenai asas hukum, maka penulis akan mengemukakan pendapat dari Paul Scholten. Paul Scholten menguraikan asas hukum merupakan “*Pikiran-pikiran dasar*”, yang terdapat di dalam dan di belakang sistem hukum masing-masing dirumuskan dalam aturan-aturan perundang-undangan dan putusan-putusan hakim, yang berkenaan dengannya ketentuan-ketentuan dan keputusan-keputusan individual dapat dipandang sebagai penjabarannya.<sup>130</sup> Jadi pada hakekatnya hukum tidak lain adalah kepentingan manusia, yang berbentuk kaidah atau norma.<sup>131</sup>

Dalam rangka memberikan perlindungan hukum bagi konsumen, terdapat beberapa asas yang menjadi pedoman bagi Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Asas-asas ini dirumuskan dalam Pasal 2

---

<sup>129</sup>*Op-Cit*, Ahmadi Miru, hlm. 74.

<sup>130</sup>J.J.H. Bruggink (alih bahasa Arief Sidharta), *Refleksi Tentang Hukum*, Cetakan Kedua (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1999), hlm. 119.

<sup>131</sup>Sudikno Mertokusumo, *Bunga Rampai Ilmu Hukum*, Cetakan Pertama (Yogyakarta: Liberty, 1984), hlm. 1.

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 yang isinya:<sup>132</sup>“*Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.*”

Kemudian dalam penjelasannya ditegaskan bahwa perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional, yaitu:<sup>133</sup>

1. Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
2. Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
3. Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual.
4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.

---

<sup>132</sup>Undang-Undang. No. 8 Tahun 1999

<sup>133</sup>*Op-Cit*, Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, hlm. 25-26

5. Asas kepastian hukum dimaksud agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Memperhatikan substansi Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen demikian pula penjelasannya, tampak bahwa perumusannya mengaju pada filosofis pembangunan nasional yaitu pembangunan manusia Indonesia seutuhnya yang berlandaskan pada falsafah negara Republik Indonesia.<sup>134</sup>

Kelima asas yang disebutkan dalam Pasal tersebut, bila diperhatikan substansinya, dapat dibagi menjadi 3 (tiga) asas yaitu:<sup>135</sup>

1. Asas kemanfaatan yang di dalamnya meliputi asas keamanan dan keselamatan konsumen,
2. Asas keadilan yang di dalamnya meliputi asas keseimbangan, dan
3. Asas kepastian hukum.

Asas keamanan dan keselamatan konsumen yang dikelompokkan ke dalam asas manfaat oleh karena keamanan dan keselamatan konsumen itu sendiri merupakan bagian dari manfaat penyelenggaraan perlindungan yang diberikan kepada konsumen disamping kepentingan pelaku usaha secara keseluruhan.<sup>136</sup> Asas keseimbangan yang dikelompokkan ke dalam asas keadilan, mengingat hakikat keseimbangan yang dimaksud adalah juga keadilan bagi

---

<sup>134</sup> *Op-Cit*, Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, hlm. 26.

<sup>135</sup> *Ibid*, Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, hlm. 26.

<sup>136</sup> *Ibid*, Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, hlm. 30.

kepentingan masing-masing pihak, yaitu konsumen, pelaku usaha dan pemerintah.<sup>137</sup>

Radbruch menyebut keadilan, kemanfaatan, dan kepastian hukum sebagai “tiga ide dasar hukum” atau “tiga nilai dasar hukum”, yang berarti dapat dipersamakan dengan asas hukum.<sup>138</sup> Ketiga asas tersebut oleh banyak *jurist* disebut juga tujuan hukum. Menyangkut masalah tujuan hukum, maka yang menjadi tujuan perlindungan konsumen adalah:<sup>139</sup>

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
- f. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

---

<sup>137</sup> *Ibid*, Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, hlm. 28.

<sup>138</sup> *Ibid*, Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, hlm. 26.

<sup>139</sup> Pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

### C. Hak dan Kewajiban Konsumen

Sebelum penulis membahas mengenai apa yang menjadi hak dan kewajiban konsumen, maka penulis akan menguraikan terlebih dahulu apa yang dimaksud dengan konsumen. Istilah “konsumen” berasal dari alih bahasa dari kata bahasa Inggris-Amerika “consumer”, atau bahasa Belanda *consument/konsument*.<sup>140</sup> Pengertian konsumen dalam arti umum adalah pemakai, pengguna dan atau pemanfaat barang dan/atau jasa untuk tujuan tertentu.<sup>141</sup> Pengertian “konsumen” yang berasal dari “consumer” sebenarnya berarti “pemakai”. Namun di Amerika Serikat kata ini dapat diartikan lebih luas lagi sebagai “korban pemakaian produk yang cacat”, baik korban tersebut pembeli, bukan pembeli tetapi pemakai, bahkan juga korban yang bukan pemakai, karena perlindungan hukum dapat dinikmati juga oleh korban yang bukan pemakai.<sup>142</sup>

Pengertian konsumen yang dirumuskan dalam Pasal 1 ayat 2 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen bahwasanya “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.”<sup>143</sup>

Mantan Presiden Amerika Serikat, John F. Kennedy, pernah mengemukakan empat hak dasar, yaitu:<sup>144</sup>

1. The right to safe products;

---

<sup>140</sup>Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Cetakan Kedua (Jakarta: Sinar Grafika, 2009) hlm. 22.

<sup>141</sup>*Op-Cit*, Abdul Halim Barkatullah, hlm. 30.

<sup>142</sup>*Op-Cit*, Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Cetakan Kedua (Jakarta: Sinar Grafika, 2009) hlm. 23.

<sup>143</sup>Undang-Undang. No.8 Tahun1999

<sup>144</sup>*Op-Cit*, Abdul Halim Barkatullah, hlm. 32.

2. The right to be informed about products;
3. The right to definite choices in selecting products;
4. The right to be heard regarding consumer interest.

Setelah itu, Resolusi Perserikatan Bangsa-Bangsa Nomor 39/248 Tahun 1985 tentang Perlindungan Konsumen (Guidelines for Consumer Protection), juga merumuskan berbagai kepentingan konsumen yang perlu dilindungi, yang meliputi:<sup>145</sup>

1. Perlindungan konsumen dari bahaya-bahaya terhadap kesehatan dan keamanannya;
2. Promosi dan perlindungan kepentingan ekonomi sosial konsumen;
3. Tersedianya informasi yang memadai bagi konsumen untuk memberikan kemampuan mereka melakukan pilihan yang tepat sesuai kehendak dan kebutuhan pribadi;
4. Pendidikan konsumen;
5. Tersedianya upaya ganti rugi yang efektif;
6. Kebebasan untuk membentuk organisasi konsumen atau organ-organ lainnya yang relevan dan memberikan kesempatan kepada organisasi tersebut untuk menyuarakan pendapatnya dalam proses pengambilan keputusan yang menyangkut kepentingan mereka.

Berbicara tentang konsumen, maka hal yang paling penting untuk dikemukakan yaitu hak-haknya. Karena salah satu penyebab kerugian yang diderita oleh konsumen adalah pelanggaran hak-haknya. Ini disebabkan konsumen

---

<sup>145</sup>*Op-Cit*, Abdul Halim Barkatullah, hlm. 32-33.

kurang mengetahui apa-apa saja yang menjadi haknya. UUPK kemudian merumuskan sejumlah hak penting konsumen. Hak-hak tersebut disebut terdapat dalam Pasal 4 yang isinya berupa:<sup>146</sup>

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan 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.

---

<sup>146</sup> Pasal 4 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999

Membahas masalah hak maka tidak akan terasa lengkap tanpa membahas masalah kewajiban. Hal ini karena disetiap hak seseorang selalu berkaitan dengan kewajiban orang lain untuk memenuhi hak tersebut. Sebaliknya, disetiap kewajiban seseorang selalu berkaitan dengan hak orang lain. Jadi dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang erat antara hak dan kewajiban.

Jika melihat butir-butir hak dan kewajiban konsumen, ada beberapa tahapan transaksi yang dilakukan oleh konsumen. Tahapan tersebut dapat diklasifikasikan menjadi tiga tahapan berikut.<sup>147</sup>

#### 1. Tahap Pratransaksi Konsumen

Yang dimaksud dengan tahap pratransaksi 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 produsen. Pada tahap pratransaksi, sesuai dengan haknya sebagai konsumen, ia mencoba mencari informasi mengenai kebutuhannya.

#### 2. Tahap Transaksi (Yang Sesungguhnya) Konsumen

Setelah calon konsumen memperoleh informasi yang cukup mengenai kebutuhannya, konsumen dapat mengambil keputusan akan membeli suatu produk barang dan/jasa atau tidak. Disini konsumen melakukan transaksi dengan pelaku usaha dalam suatu perjanjian. Antara kedua belah pihak betul-betul harus beritikad baik sesuai dengan kapasitasnya masing-masing.apabila konsumen menyatakan persetujuannya, pada saat itulah lahir perjanjian.

---

<sup>147</sup>Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia*, Cetakan Kedua (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2010), hlm. 102-103.

### 3. Tahap Purnatransaksi Konsumen

Transaksi (perjanjian/kontrak) yang sudah dibuat antara pelaku usaha dan konsumen tentunya masih harus direalisasikan, yaitu diikuti dengan pemenuhan hak dan kewajiban diantara pelaku usaha dan konsumen sesuai dengan isi perjanjian yang dibuat tersebut. Artinya, tahap pengikatan perjanjian sebenarnya hanyalah bagian awal yang masih harus diikuti dengan perbuatan pelaksanaan.

#### **D. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha**

Pengertian pelaku usaha dapat dilihat dalam Pasal 1 ayat 3<sup>148</sup>, yaitu "*setiap orang perseorangan 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*". Kemudian di dalam penjelasan, dijelaskan bahwa pelaku usaha yang termasuk dalam pengertian ini adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importir, pedagang, distributor dan lain-lain.<sup>149</sup>

Pengertian pelaku usaha di atas merupakan pengertian yang sangat luas karena meliputi segala bentuk usaha, sehingga akan memudahkan konsumen, dalam arti banyak pihak yang dapat digugat, namun akan lebih baik lagi seandainya Undang-Undang Perlindungan Konsumen tersebut memberikan rincian sebagaimana dalam *directive*, sehingga konsumen dapat lebih mudah lagi untuk menentukan

---

<sup>148</sup>Pasal 1 ayat 3 Undang-Undang No.8 Tahun 1999

<sup>149</sup>Penjelasan Undang-Undang No.8 Tahun 1999

kepada siapa ia akan mengajukan tuntutan jika ia dirugikan akibat penggunaan produk.<sup>150</sup>

Berdasarkan *Directive*, pengertian “pelaku usaha” meliputi:<sup>151</sup>

- (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 menampakkan dirinya sebagai produsen dari suatu barang.

Selanjutnya Pasal 3 ayat (2) *Directive* menyebutkan bahwa: siapa pun yang mengimpor suatu produk ke lingkungan EC adalah produsen. Ketentuan ini sengaja dicantumkan untuk melindungi konsumen dari kemungkinan harus menggugat pelaku usaha asing (yang pusat kegiatannya) di luar lingkungan EC. Ketentuan ini mengharuskan pihak importir yang mengimpor barang dari eksportir negara ketiga mendapatkan jaminan melalui suatu perjanjian yang menyatakan bahwa pihak eksportir bertanggung jawab sepenuhnya atas barang yang dimasukkan EC. Lebih lanjut lagi, pedagang/penyalur yang mengedarkan barang yang tidak jelas identitas produsennya, bertanggung jawab atas barang

---

<sup>150</sup> *Op-Cit*, Ahmadi Miru, hlm. 23.

<sup>151</sup> *Op-Cit*, Celina Tri Siwi Kristiyanti, hlm. 41-42.

tersebut. Demikian pula tanggung jawab penyalur/pedagang ini timbul atas barang yang diimpor dari negara ketiga, tapi tidak jelas importirnya.<sup>152</sup> *Directive* merupakan singkatan dari *Product Liability Directive*. Sedangkan EC adalah singkatan *Economic Community*.

Dalam perdagangan pelaku usaha juga mempunyai hak-hak yang harus dihargai dan dihormati oleh konsumen dan pemerintah, karena tanpa melindungi hak-haknya maka akan mengakibatkan macetnya aktivitas usaha dari para pelaku usaha. Hak pelaku usaha tersebut terdapat dalam Pasal 6 Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang meliputi:<sup>153</sup>

- 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 beriktikad tidak baik;
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam 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;
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

---

<sup>152</sup>*Ibid*, Celina Tri Siwi Kristiyanti, hlm. 42.

<sup>153</sup> Pasal 6 Undang-Undang No.8 Tahun 1999

Dipihak lain, pelaku usaha juga dibebani dengan kewajiban dan tanggung jawab terhadap konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Kewajiban pelaku usaha yaitu:<sup>154</sup>

- a. Beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- 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.

---

<sup>154</sup> Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999

Konsep pertanggungjawaban dalam hukum harus mempunyai dasar, yaitu hal yang menyebabkan seseorang harus (wajib) bertanggungjawab. Dasar pertanggungjawaban itu menurut hukum perdata adalah kesalahan dan resiko yang ada dalam setiap peristiwa hukum.<sup>155</sup>

Sesuai dengan hukum positif yang berlaku di Indonesia, seseorang konsumen jika dirugikan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa, dapat menggugat pihak yang menimbulkan kerugian itu. Pihak tersebut di sini bisa berarti produsen/pabrik, *supplier*, pedagang besar, pedagang eceran/penjual, ataupun pihak yang memasarkan produk, bergantung dari siapa yang melakukan atau tidak melakukan perbuatan yang menimbulkan kerugian bagi konsumen, bahkan kematian pada konsumen. Kualifikasi gugatan yang lazim digunakan diberbagai negara, termasuk Indonesia, adalah wanprestasi (default) atau perbuatan melanggar hukum (tort).<sup>156</sup>

#### **E. Prinsip-Prinsip Tanggung Jawab dalam Pelindungan Konsumen**

Prinsip tanggung jawab merupakan perihal yang sangat penting dalam hukum perlindungan konsumen. Dalam kasus-kasus hak pelanggaran konsumen diperlukan kehati-hatian dalam menganalisis siapa yang harus bertanggung jawab dan seberapa jauh tanggung jawab dapat dibebankan kepada pihak-pihak terkait. Secara umum prinsip-prinsip tanggung jawab pelaku usaha pada praktiknya dapat dibedakan sebagai berikut:<sup>157</sup>

---

<sup>155</sup> *Op-Cit*, Janus Sidabalok, hlm. 101.

<sup>156</sup> *Op-Cit*, Yusuf Shofie, hlm. 296-297.

<sup>157</sup> *Op-Cit*, Celina Tri Siwi Kristiyanti, hlm. 92-93.

## 1. Prinsip Tanggung Jawab Berdasarkan Unsur Kesalahan.

Prinsip tanggung Jawab Berdasarkan Unsur Kesalahan (*fault liability/liability based on fault*) ini menyatakan bahwa seseorang dapat dimintai pertanggung jawabannya secara hukum jika ada unsur kesalahan. Di Indonesia, prinsip ini dapat dilihat dalam Pasal 1365, 1366, dan 1367 KUHPerduta. Pasal 1365 KUHPerduta mengharuskan terpenuhinya empat unsur pokok, yaitu:

- a. Ada perbuatan melanggar hukum;
- b. Ada kesalahan;
- c. Ada kerugian yang diderita; dan
- d. Ada hubungan kausalitas antara kesalahan dan kerugian.

Kemudian dalam Pasal 1366 KUHPerduta disebutkan bahwa tanggung jawab tersebut tidak hanya untuk kerugian yang disebabkan karena perbuatannya, tetapi juga kerugian yang disebabkan karena kelalaian atau kurang hati-hatinya.<sup>158</sup> Sedangkan Pasal 1367 KUPerduta diatur bahwa seseorang tidak saja bertanggungjawab untuk kerugian yang disebabkan perbuatannya sendiri, tetapi juga bertanggungjawab atas kesalahan orang yang berada di bawah tanggung jawabnya.<sup>159</sup>

---

<sup>158</sup>R. Subekti dan R. Tjitrosudibio, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, hlm.346.

<sup>159</sup>*Ibid.*

## 2. **Prinsip Praduga untuk Selalu Bertanggung Jawab (*Presumption of Liability Principle*)**

Prinsip ini menyatakan bahwa tergugat selalu dianggap bertanggung jawab sampai ia dapat membuktikan bahwa ia tidak bersalah. Jadi, beban pembuktian ada pada tergugat. Ketentuan Pasal 22 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menegaskan bahwa beban pembuktian (ada tidaknya kesalahan) berada pada pelaku usaha dalam perkara pidana pelanggaran Pasal 19 ayat (4), Pasal 20 dan Pasal 21 UUPK dengan tidak menutup kemungkinan bagi jaksa untuk membuktikannya.<sup>160</sup> Artinya jika pelaku usaha tidak memanfaatkan prinsip beban pembuktian terbalik, maka demi kepentingan umum, pihak jaksa harus menerapkan prinsip tersebut.

## 3. **Prinsip Praduga untuk Tidak Selalu Bertanggung Jawab**

Prinsip ini kebalikan dari prinsip kedua. Prinsip praduga untuk tidak selalu bertanggung jawab hanya dikenal dalam lingkup transaksi konsumen yang sangat terbatas, dan pembatasan demikian biasanya secara *common sense* dapat dibenarkan.

Contoh dalam penerapan prinsip ini adalah dalam hukum pengangkutan. Kehilangan atau kerusakan pada bagasi kabin/bagasi tangan, yang biasanya di bawa dan diawasi oleh si penumpang (konsumen) adalah tanggung jawab dari

---

<sup>160</sup>Undang-Undang No.8 Tahun 1999

penumpang. Dalam hal ini, pengangkut (pelaku usaha) tidak dapat dimintai pertanggung jawabannya.<sup>161</sup>

#### 4. Prinsip Tanggung Jawab Mutlak (*Strict Liability*)

Prinsip tanggung jawab mutlak (strict liability) sering diidentifikasi dengan prinsip tanggung jawab absolut (absolut liability).<sup>162</sup> Menurut R.C. Hoerber et.al., biasanya prinsip tanggung jawab mutlak ini diterapkan karena (1) konsumen tidak dalam posisi menguntungkan untuk membuktikan adanya kesalahan dalam suatu proses produksi dan distribusi yang kompleks; (2) diasumsikan pelaku usaha lebih dapat mengantisipasi sewaktu-waktu ada gugatan atas kesalahannya, misalnya dengan asuransi atau menambah komponen biaya tertentu pada harga produknya; (3) asas ini dapat memaksa produsen lebih berhati-hati.<sup>163</sup>

Prinsip tanggung jawab mutlak dalam hukum perlindungan konsumen secara umum digunakan untuk “menjerat” pelaku usaha, khususnya produsen barang yang memasarkan produknya yang merugikan konsumen. Asas tanggung jawab itu dikenal dengan product liability. Menurut asas ini, pelaku usaha wajib bertanggungjawab atas kerugian yang diderita konsumen atas penggunaan produk yang dipasarkannya. Gugatan product liability dapat dilakukan berdasarkan tiga hal:

---

<sup>161</sup> *Op-Cit*, Celina Tri Siwi Kristiyanti, hlm. 95-96.

<sup>162</sup> *Op-Cit*, Celina Tri Siwi Kristiyanti, hlm.96.

<sup>163</sup> *Ibid*, Celina Tri Siwi Kristiyanti, hlm.97.

1. Melanggar jaminan (breach of warranty), misalnya khasiat yang timbul tidak sesuai dengan janji yang tertera dalam kemasan produk;
2. Ada unsur kelalaian (negliance), yaitu pelaku usaha lalai memenuhi standar pembuatan obat yang baik;
3. Menerapkan tanggungjawab mutlak (strict liability).

Di negara-negara maju seperti Amerika Serikat, tanggung gugat tidak lagi didasarkan pada kesalahan produsen dengan beban pembuktian pada konsumen tapi pada produsen atau tanggung gugat atas dasar *strict liability* yaitu tanggung gugat yang terlepas dari kesalahan, sehingga kemungkinan ada atau tidaknya kesalahan atau kelalaian dianggap tidak relevan dengan tanggung gugat ini.<sup>164</sup>

Pembebanan tanggung gugat berdasarkan *strict liability* juga dapat dilihat dari pendapat Traynor yang menyatakan bahwa seharusnya sudah ditiadakan pembuktian *negligence*, dan diakui bahwa produsen bertanggung gugat mutlak atas produknya yang cacat. Pendapat ini akhirnya berhasil mempengaruhi sebagian besar pengadilan.<sup>165</sup>

##### **5. Prinsip Tanggung Jawab dengan Pembatasan (*Limitation of Liability Principle*)**

Prinsip tanggung jawab dengan pembatasan ini sangat disukai oleh pelaku usaha untuk membatasi beban tanggung jawab yang seharusnya ditanggung

---

<sup>164</sup> *Op-Cit*, Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, hlm. 172.

<sup>165</sup> *Ibid*, Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, hlm. 173.

oleh mereka. Umumnya dikenal dengan pencantuman klausula *eksonerasi* dalam perjanjian standar yang dibuatnya.<sup>166</sup>

Prinsip tanggung jawab ini sangat merugikan konsumen bila ditentukan secara sepihak oleh pelaku usaha. Pasal 18 ayat 1 huruf a Undang-Undang Perlindungan Konsumen<sup>167</sup> menyatakan bahwa pelaku usaha dilarang membuat klausula baku yang menyatakan pengalihan tanggung jawab pelaku usaha. Hal ini berarti pelaku usaha membatasi diri atas tanggung jawab yang seharusnya dibebankan pada dirinya.

Namun demikian, perlu diperhatikan ketentuan Pasal 1493 KUH Perdata<sup>168</sup> yang menyatakan bahwa *“kedua belah pihak diperbolehkan dengan persetujuan-persetujuan istimewa, memperluas atau mengurangi kewajiban-kewajiban yang ditetapkan dalam undang-undang, dimana mereka diperbolehkan mengadakan persetujuan bahwa si penjual tidak akan diwajibkan menanggung suatu apa pun.”*

Hal tersebut hanya dimungkinkan bila kedua belah pihak dalam pembuatan perjanjian/kontrak berada dalam posisi seimbang, artinya tidak ada penekanan-penekanan dari pihak pelaku usaha terhadap suatu ketentuan tertentu kepada konsumen yang mengabaikan asas kebebasan berkontrak yang dimiliki oleh kedua belah pihak. Pada era perdagangan bebas saat ini tampaknya pelaku usaha dapat dengan mudah membuat aturan yang menggerogoti asas kebebasan berkontrak. Jadi konsumen hanya tinggal

---

<sup>166</sup>*Op-Cit*, Celina Tri Siwi Kristiyanti, hlm.97.

<sup>167</sup>Pasal 18 ayat 1 huruf a Undang-Undang. No.8 Tahun 1999

<sup>168</sup>*Op-Cit*, R. Subekti dan R. Tjitrosudibio, hlm. 372

menerima atau menolak (*take it or leave it*),<sup>169</sup> atas perjanjian yang ditawarkan pelaku usaha, padahal pelaku usaha seharusnya diharapkan menjamin prinsip-prinsip hak konsumen dalam pembuatan kontrak yang mendasari hubungannya dengan konsumen.

## **F. Kontribusi Hukum Islam Terhadap Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia**

Manusia adalah makhluk Allah yang terbaik diantara semua makhluknya. Pada manusia terletak dimensi rohani dan jasmani dengan kelengkapan akal, naluri, emosi dan hidayah sebagai bagian dari amanah sang pencipta. Karena itu hanya makhluk inilah yang mendapat amanah untuk menjadi khalifah di bumi. Khalifah mendapat tugas untuk memakmurkan bumi dengan segala aktivitasnya yang membangun. Bukan hanya itu, manusia juga mewakili dan menerapkan sifat-sifat Allah yang mulia dan sepadan untuk manusia seperti: berlaku adil, inisiatif, kreatif, mandiri, jujur, setia, disiplin, visioner, rajin, dan semua sifat lainnya. Dengan menerapkan sifat mulia maka bumi yang dipimpinnya menjadi makmur, aman dan damai di bawah naungan Sang Pencipta. Di antara aktivitas itu ada yang disebut “*hablum minannas*” dan “*hablumminallah*” dalam bentuk tuntunan Allah dan Rasulnya. Dan semua aktivitas manusia hendaknya bermuara pada satu tujuan yaitu mencari ridha Allah Swt., dan kebahagiaan didunia dan di akhirat kelak. Disinilah Allah seakan memberi isyarat kepada manusia melalui Rasul-Nya,

---

<sup>169</sup>*Op-Cit*, Shidarta, hlm. 41.

agar manusia dalam menjalani kehidupannya selalu berdo'a: *"Ya Tuhan berikan kami kebahagiaan di dunia dan kebahagiaan di akhirat dan lindungi kami dari azab neraka."*<sup>170</sup> Aktivitas pelaku bisnis yang memiliki akhlak mulia, dan yang dikenal dengan muamalah, sebenarnya bukan sekedar mengejar keuntungan duniawi, tetapi juga mengejar keuntungan ukhrowi. Itulah hakekat dari pelaku bisnis yang berhasil.<sup>171</sup>

Bagi seorang muslim, kegiatan berbisnis (dagang) sebenarnya lebih tinggi derajatnya, yaitu dalam rangka beribadah kepada Allah subhanahu wata'ala. Sebab sebagai seorang muslim kita sudah berjanji yang sering kita ikrarkan dalam sholatku, ibadahku, hidupku, dan matiku adalah bagi Allah rabbul alamiin. Berdagang adalah sebagian dari hidup seorang muslim, yang harus ditujukan untuk beribadah kepadaNYA, dan wadah untuk berbuat baik pada sesama. Ada sebuah hadis menyatakan:<sup>172</sup> *"sekali-kali tidaklah seorang Mukmin akan merasa kenyang (puas) mengerjakan kebaikan, sampai puncaknya ia memasuki surga."* (HR. Tirmidzi)

Hukum Islam memerintahkan setiap muslim untuk berbuat kebaikan, akan sangat menyenangkan bagi seseorang dan juga bagi pihak lain yang melihatnya. Lebih jauh lagi mereka yang selalu berbuat baik, dan selalu membantu meringankan penderitaan orang lain, otaknya senang, dan tubuhnya akan lebih kebal terhadap penyakit. Jadi ada hubungan antara berbuat baik,

---

<sup>170</sup> Hasan Aedy, *Teori Dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*, Cetakan Kesatu (Bandung, Alfabeta, 2011), hlm.2

<sup>171</sup> *Ibid*, Hasan Aedy, hlm.2-3

<sup>172</sup> Buchari Alma, *Ajaran Islam Dalam Bisnis*, Edisi Revisi (Bandung,: Alfabeta, 1994), hlm. 4

dengan kesehatan badan. Hal ini diungkapkan dalam sebuah buku berjudul **“The Healing Brain”** (*Otak yang mmenyembuhkan*) yang ditulis oleh Robert Ornstein dan dokter David Sobel, diungkapkannya bahwa fungsi otak yang utama bukan untuk berpikir, tapi untuk mengendalikan sistem kesehatan tubuh. Menurutnya vitalitas otak dalam menjaga kesehatan ternyata banyak bergantung pada frekuensi perbuatan baik. Manusia adalah makhluk social, bergaul, bermuamalah, kerjasama, tolong –menolong, dan kegiatan komunikasi dengan orang lain adalah sebuah aspek kerja otak yang paling utama.<sup>173</sup>

Berbuat baik adalah keadaan yang paling intens dalam berhubungan dengan orang lain, terbukti efektif dalam menjaga keseimbangan otak. Keadaan seimbang ini diperlukan untuk mengontrol kesehatan tubuh. Pandangan-pandangan yang diungkapkan diatas, bukan tidak beralasan, tapi mereka beranjak dari hasil penelitian, antara lain: Penelitian terhadap para pekerja dibidang sosial ternyata mempunyai kondisi kesehatan lebih baik dari rata-rata dan harapan hidup lebih tinggi.<sup>174</sup> Hukum Islam walau tidak diterapkan dalam bentuk undang-undang di Indonesia tetapi ruh atau nilai-nilai islam memberikan pengaruh dalam melahirkan undang-undang yang ada di Indonesia yang memang mayoritas beragama islam dalam bentuk etika.

Dalam dunia bisnis semua orang tidak mengharapkan memperoleh perlakuan tidak jujur dari sesamanya. Praktek manipulasi tidak akan terjadi

---

<sup>173</sup>*Ibid*, Buchari Alma, hlm. 6.

<sup>174</sup>*Ibid*, Buchari Alma, hlm. 6.-7

jika dilandasi dengan moral tinggi. Moral dan tingkat kejujuran rendah akan menghancurkan tata nilai etika bisnis itu sendiri. Masalahnya ialah tidak ada hukuman yang tegas terhadap pelanggaran etika, karena nilai etika hanya ada dalam hati nurani seseorang. Etika mempunyai kendali intern dalam hati, berbeda dengan aturan hukum yang mempunyai unsur paksaan ekstern<sup>175</sup>

Berbisnis secara etis sangat perlu dilakukan karena profesi bisnis pada hakekatnya adalah profesi yang luhur yang melayani masyarakat banyak. Usaha bisnis berada ditengah-tengah masyarakat, mereka harus menjaga kelangsungan hidup bisnisnya. Caranya ialah menjalankan prinsip etika bisnis. Ada beberapa prinsip etika bisnis yang dirumuskan oleh sekumpulan top manager perusahaan di Eropa, Amerika Serikat dan Jepang yang disebut dengan The Caux Round Table (CRT). Kelompok ini bertemu setiap tahun yang dimulai tahun 1986 di kota Caux Swiss, untuk membicarakan persoalan bisnis global. Setelah sekian lama diproses, akhirnya juli 1994 mereka mendeklarasikan sebuah prinsip untuk bisnis. Beberapa Prinsip umum dari The Caux Round Table ini ialah:<sup>176</sup>

1. Dalam hal Prinsip-prinsip umum antara lain ialah: Nilai bisnis bagi masyarakat adalah kesejahteraan dan lapangan pekerjaan. Menghasilkan barang dan jasa dengan harga yang sepadan dengan kualitasnya Perusahaan memainkan peran dalam memperbaiki kehidupan pelanggan, karyawan dan pemegang saham. Pemasok dan pesaing mengharapkan agar perusahaan menjunjung semangat kejujuran dan keadilan (*fairness*).
2. Perusahaan yang dibangun di Negara asing, harus memberi sumbangan bagi kesejahteraan masyarakat setempat dengan menciptakan lapangan

---

<sup>175</sup> Buchari Alma, *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islami*, Cetakan Ketiga (Bandung: Alfabeta, 2003) hlm. 49.

<sup>176</sup> *Ibid*, Buchari Alma, hlm.50-51.

kerja, meningkatkan daya beli, menegakkan hak asasi manusia, peningkatan pendidikan.

3. Pelaku bisnis harus mengakui adanya keseungguhan, kejujuran setia pada janji dan keterbukaan. Menghargai peraturan dan mengembangkan perdagangan yang lebih bebas, persaingan dan perlakuan yang adil dan wajar bagi semua pelaku bisnis baik domestic maupun internasional
4. Harus melindungi dan memperbaiki lingkungan, pembangunan berkelanjutan, dan mencegah pemborosan sumber daya alam.
5. Tidak dibenarkan melakukan tindakan suap, money laundering, memberantas tindakan jahat, tidak terlibat dalam perdagangan senjata yang digunakan untuk kegiatan terorisme, dan obat terlarang.
6. Memberikan produk dan jasa dengan kualitas terbaik.
7. Memberlakukan pelanggan secara adil dalam semua transaksi.
8. Perusahaan harus menghormati martabat manusia dalam memasarkan dan mengiklankan produk
9. Menghormati integrasi budaya pelanggan
10. Hubungan dengan pekerja, memberikan pekerjaan dan imbalan yang dapat memperbaiki kondisi mereka, meningkatkan kesehatan, terbuka dalam informasi, bersedia mendengar keluhan pekerja, menghindari praktek diskriminasi, menghormati gender, usia, suku, agama, menghindari kecelakaan dalam pekerjaan, mengembangkan pengetahuan dan keterampilan pekerja, tanggap terhadap pengangguran di Negara setempat.
11. Menjaga hubungan baik dengan pemasok, pesaing, dan masyarakat umumnya.

Perilaku konsumtif di Indonesia dikenal dengan istilah konsumerisme. pengertian “konsumerisme” yang berkembang dalam masyarakat Indonesia sama sekali berbeda dengan arti asli yang lazim diberikan kepada istilah tersebut. Menurut arti asli sebagaimana dijelaskan dalam kamus bahasa Inggris dikatakan “*consumerism is campaigning for the protection of consumers interest*” (konsumerisme adalah gerakan untuk melindungi kepentingan-kepentingan para konsumen). Definisi lain menegaskan bahwa konsumerisme adalah gerakan gerakan atau paham untuk melindungi para

konsumen dari produk-produk yang merugikan mereka dan menuntut perlakuan adil bagi mereka dalam menghadapi pengusaha-pengusaha dan juga penguasa sehubungan dengan produk yang mereka lancarkan.<sup>177</sup>

Hanya saja dalam masyarakat Indonesia umumnya, konsumerisme diacukan kepada pengertian lain yang menyangkut perilaku berkonsumsi, sehingga konsumerisme diartikan sebagai gaya hidup yang konsumtif, yaitu “semangat berbelanja berlebihan yang mengarah kepada pola hidup mewah dengan membelanjakan uang untuk hal-hal yang melebihi kebutuhan yang wajar demi pemuasan keinginan yang imajiner. Jadi yang dimaksud dengan konsumerisme dalam pengertian populer di masyarakat kita adalah konsumtivisme. Dengan demikian dapat dilihat bahwa sementara dalam arti sebenarnya sasaran bidik wacana konsumerisme adalah perilaku produsen dalam kaitan dengan hak-hak konsumen, maka dalam pengertian populer di masyarakat sasaran bidik wacana konsumerisme adalah perilaku konsumen dalam kaitan dengan pola berbelanja yang konsumtif.”<sup>178</sup>

Berbicara tentang budaya konsumerisme dan masa depan umat Islam Indonesia kita harus melihat dunia dimana kita hidup. seperti kita semua tahu kita sekarang hidup di era globalisasi. Sesungguhnya globalisasi menimbulkan dampak perdagangan yang lebih bebas yang didukung dengan kemajuan teknologi telekomunikasi dan informasi tanpa batas telah memperluas ruang gerak transaksi barang dan/atau jasa yang ditawarkan dengan lebih bervariasi,

---

<sup>177</sup> H. Syamsul Anwar, *Studi Hukum Islam Kontemporer*, Cetakan Kesatu (Yogyakarta: Cakrawala, 2006), hlm. 121-122.

<sup>178</sup> *Ibid*, H. Syamsul Anwar, hlm. 122.

baik barang dan/atau jasa produksi dalam negeri maupun barang impor. Bagi konsumen yang menghadapi era perdagangan bebas ini perlu pula diberdayakan dan dipersiapkan terutama dalam memilih dan menentukan kebutuhan akan barang dan/atau jasa serta menuntut hak-haknya sebagai konsumen sebagaimana dimaksudkan dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999. Sebagaimana tujuan Undang-undang adalah meningkatkan harkat dan martabat konsumen melalui berbagai upaya antara lain meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian dan kemandirian konsumen sehingga dapat melindungi diri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lainnya.

Bekerja didalam Islam adalah bagian dari Ibadah dan jihad jika sang pekerja bersikap konsisten terhadap peraturan Allah, suci niatnya, dan tidak melupakannya. Dengan bekerja, masyarakat dapat melaksanakan tugas kekhalifahannya, menjaga diri dari maksiat, dan meraih tujuan yang lebih besar. Demikian pula, dengan bekerja individu dapat memenuhi kebutuhan hidupnya, mencukupi kebutuhan keluarganya, dan berbuat baik terhadap tetangganya. Semua bentuk yang diberkati agama ini hanya dapat terlaksana dengan memiliki harta dan mendapatkannya dengan bekerja. Maka tidak aneh jika kita menemukan nash-nash Islam yang mengajak umatnya untuk bekerja dan menjadikannya bagian dari ibadah dan jihad.<sup>179</sup> Inilah yang dipahami oleh umat Islam pada zaman keemasannya. Dengan pemahaman ini mereka memakmurkan bumi dan menyejahterakan kehidupan bangsa. Pada masa itu tegak peradaban yang berorientasi kepada ketuhanan dan kemanusiaan secara

---

<sup>179</sup> Yusuf Qardhawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*, Cetakan Pertama (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), hlm. 107.

bersamaan, terpadu antara ilmu, iman , dunia dan akhirat, moral dan spiritual.<sup>180</sup> Dengan pemahaman ini pula seharusnya komunitas konsumen muslim yang menjadi mayoritas terbesar yang jumlah penduduk negaranya didunia memaksimalkan hak-haknya dalam memperoleh perlindungan dan kepastian hukum agar hak-haknya tidak sampai diserobot oleh kepentingan-kepentingan yang hanya bersifat duniawi saja, karena pada hakekatnya seorang muslim dalam kehidupannya tidak bisa terlepas dari sisi ketuhanan sebagai pemahaman dari konsep penghambaan terhadap penciptanya. Setidaknya ada dua macam hak yang sangat mendasar yang harus dituntut oleh konsumen muslim dalam kehidupan bermuamalahnya (bisnis/dagang), hak ini adalah hak memilih dan hak memperoleh informasi yang benar. Hak memilih sendiri dalam islam dikenal dengan nama hak khiyar. Kata *al-khiyar* dalam bahasa Arab berarti pilihan. Pembahasan al-khiyar dikemukakan para ulama fikih dalam permasalahan yang menyangkut transaksi dalam bidang perdata khususnya transaksi ekonomi, sebagai sebagai salah satu hak bagi kedua belah pihak yang melakukan transaksi (*akad*) ketika terjadi beberapa persoalan dalam transaksi dimaksud.<sup>181</sup> Hak khiyar ditetapkan syariat Islam bagi orang-orang yang melakukan transaksi perdata agar tidak dirugikan dalam transaksi yang mereka lakukan, sehingga kemaslahatan yang dituju dalam suatu transaksi tercapai dengan sebaik-baiknya. Dengan kata lain diadakannya khiyar oleh syara' agar kedua belah pihak dapat memikirkan lebih jauh kemaslahatan masing-masing dari akad jual belinya, supaya tidak

---

<sup>180</sup> *Ibid.*

<sup>181</sup> Abdul Rahman Ghazaly, Ghufron Ihsan dan Sapiudin Shidiq, *Fiqh Muamalat*, Edisi Pertama (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hlm. 97.

menyesal dikemudian hari, dan tidak merasa tertipu.<sup>182</sup> Jadi, hak *khiyar* itu ditetapkan dalam Islam untuk menjamin kerelaan dan kepuasan timbal balik pihak-pihak yang melakukan jual beli. Dari satu segi memang opsi *khiyar* ini tidak praktis karena mengandung arti ketidakpastian suatu transaksi, namun dari segi kepuasan pihak yang melakukan transaksi, *khiyar* ini merupakan jalan terbaik.<sup>183</sup> Hak *khiyar* (memilih) dalam jual beli, menurut Islam dibolehkan, apakah akan meneruskan jual beli atau membatalkannya, tergantung keadaan (kondisi) barang yang diperjualbelikan.<sup>184</sup>

Menurut Abdurrahman al Jaziri, status *khiyar* dalam pandangan ulama fikih adalah disyariatkan atau dibolehkan, karena suatu keperluan yang mendesak dalam mempertimbangkan kemaslahatan masing-masing pihak yang melakukan transaksi.<sup>185</sup>

Di abad modern yang serba canggih, dimana sistem jual beli semakin mudah dan praktis, masalah *khiyar* ini walaupun tidak diatur secara tertulis dalam undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen tetapi dalam kehidupan bermasyarakat dalam skala kecil (jual beli dipasar tradisional) ada saja diketemukan praktik ini, hanya tidak menggunakan kata-kata *khiyar* dalam mempromosikan barang-barang yang dijualnya, tetapi dengan ungkapan singkat dan menarik, misalnya: “*Teliti sebelum membeli*”. Ini berarti bahwa pembeli diberi hak *khiyar* (memilih) dengan hati-hati dan

---

<sup>182</sup> *Ibid.*, Abdul Rahman Ghazaly, Ghufron Ihsan dan Sapiudin Shidiq, hlm. 97-98.

<sup>183</sup> *Ibid.*, Abdul Rahman Ghazaly, Ghufron Ihsan dan Sapiudin Shidiq, hlm. 98.

<sup>184</sup> *Ibid.*

<sup>185</sup> *Ibid.*

cermat dalam menjatuhkan pilihannya untuk membeli. Walau hak khiyar tidak diatur didalam undang-undang nomor 8 tahun 1999 konsumen masih memiliki hak memilih sebagaimana diatur dalam pasal 4 huruf b undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.

Selain hak memilih konsumen muslim juga memiliki hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa sebagaimana diatur dalam pasal 4 huruf c undang-undang nomor 8 tahun 1999. Untuk menentukan bahwa hak atas informasi yang dimiliki konsumen setidaknya terjamin dapat dilihat dari pertanyaan ini: “Apa yang harus diperhatikan konsumen ketika harus menentukan pilihan terhadap suatu produk”? Sebagai konsumen, kita sering dihadapkan pada pertanyaan seperti ini. Betapa tidak? Untuk urusan produk sabun saja misalnya, di pasaran ada puluhan atau mungkin ratusan merek. Walaupun secara fungsional sama, yaitu sebagai alat pembersih badan. Menurut buku “Menggeser Neraca Kekuatan” panduan latihan pendidikan konsumen terbitan Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia-YLKI (1990) – ada empat hal yang harus diperhatikan konsumen:<sup>186</sup>

**Pertama**, dari aspek ekonomi mikro. Di sini ada beberapa pertanyaan, seperti:<sup>187</sup>

1. Berapa harga suatu produk?;

---

<sup>186</sup> Sudaryatmo, *Hukum Dan Advokasi Konsumen*, Cetakan Kedua (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1999), hlm. 1-2

<sup>187</sup> *Ibid*, Sudaryatmo, hlm. 1

2. Apakah harga itu wajar jika dibandingkan dengan barang yang sama mutu dan jumlahnya?;
3. Apakah ada barang pengganti sejenis yang lebih murah, lebih sehat dan dapat diperoleh di tempat yang sama?

**Kedua**, dari aspek lingkungan. Apakah kemasan baik berupa botol atau kaleng produk tersebut tercemar secara kimiawi maupun biologis? Juga, apakah kemasan produk tersebut menggunakan secara boros bahan baku yang langka dan merusak lingkungan hidup?<sup>188</sup>

**Ketiga**, dari aspek hukum. Ada sejumlah pertanyaan:<sup>189</sup>

1. Soal legalitas produk tersebut. Artinya, apakah produk tersebut sudah terdaftar pada instansi terkait? Untuk makanan misalnya, sudah ada nomor registrasi dari Depkes;
2. Jika konsumen tidak puas dengan produk tersebut, dapatkah dikembalikan kepada penjual/produsen?;
3. Jika isinya kurang dari yang seharusnya, sudikah produsen/penjual member ganti rugi kepada konsumen?;
4. Apakah pelabelan dan iklan produk tersebut sudah sesuai dengan peraturan yang berlaku?

**Keempat**, dari aspek kesehatan dan keamanan. Seperti apakah produk tersebut mengandung bahan berbahaya yang dapat mengganggu kesehatan konsumen? Untuk makanan misalnya, tidak menggunakan pemanis, pewarna, pengawet dan pelezat buatan yang tidak diizinkan untuk makanan. Juga tidak adanya unsur-unsur senyawa berbahaya, seperti merkuri untuk produk minyak rambut/kosmetika.<sup>190</sup>

---

<sup>188</sup> *Ibid.*, Sudaryatmo, hlm. 1

<sup>189</sup> *Ibid.*, Sudaryatmo, hlm. 2.

<sup>190</sup> *Ibid.*

Penulis sebagai konsumen menemukan bahwa di Indonesia penggunaan nitrofurantoin, sejenis antibiotik dalam obat ternak masih marak berdasarkan dari penelitian raphaela widiastuti bahwa di bandung ayam-ayam pedaging positif mengandung nitrofurantoin.<sup>191</sup> Alasan nitrofurantoin berbahaya adalah karena selain dapat menyebabkan kanker, penggunaan antibiotik dalam obat-obatan ternak juga dapat menyebabkan bakteri yang telah kebal dalam daging ayam, apabila dikonsumsi beralih masuk kedalam tubuh manusia.<sup>192</sup>

Dilihat dari kenyataan ini dapat diketahui bahwa perlindungan konsumen akan keamanan pangan dari bahan-bahan berbahaya di Indonesia sangat lemah. Penulis menduga indikasi positif kandungan nitrofurantoin pada daging ayam tidak hanya di bandung tapi juga hampir seluruh wilayah Indonesia. Dan selama ini, sependek pengetahuan penulis belum ada upaya dari Departemen Kesehatan untuk melarang keberadaan nitrofurantoin sebagai obat ternak.

Penulis ingin sedikit membandingkan atas hak informasi yang ada di Indonesia dan Negara tetangga kita Malaysia. Dalam hak informasi di Malaysia organisasi-organisasi perlindungan konsumen seperti CAP (*Consumers' Association of Pinang*) cukup vocal dalam menyoal dampak negative tayangan TV. CAP antara lain mengusulkan agar stasiun TV membuat *guideline* tentang acara-acara yang ditayangkan. Dari guideline tersebut pihak stasiun TV membuat klasifikasi program. Mana acara yang

---

<sup>191</sup> <http://peternakan.litbang.pertanian.go.id/fullteks/jitv/jitv174-4.pdf?secure=1>

<sup>192</sup> *Op-Cit*, Sudaryatmo, hlm. 76

layak ditonton untuk umum/anak-anak dan mana yang layak ditonton untuk orang dewasa.<sup>193</sup> Hasilnya, kalau kita amati di koran-koran Malaysia dewasa ini, selain acara TV, pembaca juga menemukan informasi tentang klasifikasi program TV. Ada lima klasifikasi:<sup>194</sup>

1. U = untuk tontonan umum;
2. 18SG = untuk tontonan 18 tahun keatas, mengandung unsure ganas atau seram yang tidak keterlaluan;
3. 18SX = untuk 18 tahun keatas, mengandung unsure sex yang tidak keterlaluan;
4. 18PA = untuk 18 tahun keatas, mengandung unsure yang menyentuh aspek agama, social atau politik;
5. 18PL = untuk 18 tahun keatas, mengandung kombinasi dua atau lebih unsure ganas,seram dan seks yang tidak keterlaluan atau menyentuh aspek agama, social atau politik.

Adanya klasifikasi acara TV di Malaysia, memang belum sepenuhnya dapat meredam dampak negative siaran TV. Tetapi setidaknya-tidaknya bagi pemirsa yang mayoritas negaranya berpenduduk muslim seperti Indonesia dengan terpenuhinya hak informasi tersebut, dapat melakukan pilihan secara rasional, mana acara yang layak dan tidak layak untuk ditonton.<sup>195</sup> Indonesia sebagai Negara dengan penduduk mayoritas muslim dahulu juga pernah ada salah satu stasiun TV yang sempat membuat klasifikasi jenis tontonan yang layak ditonton berdasarkan kriteria usia seperti Malaysia walau sekarang sudah tidak lagi. Indonesia sebagai Negara dengan mayoritas berpenduduk muslim dalam kasus siaran TV, khususnya TV swasta, juga belum menjadikan pemirsa sebagai subjek yang perlu dihargai hak-haknya dalam memperoleh

---

<sup>193</sup> *Op-Cit*, Sudaryatmo, hlm. 75

<sup>194</sup> *Ibid*, Sudaryatmo, hlm. 75-76

<sup>195</sup> *Ibid*, Sudaryatmo, hlm. 76

informasi. Sudah selayaknya, seluruh pihak pengelola stasiun TV di Indonesia membuat klasifikasi acara TV. Hal ini, selain memenuhi hak informasi kepada pemirsa, sekaligus juga sebagai bentuk komitmen pertanggungjawaban stasiun TV terhadap pemirsa atas siaran yang ditawarkan.<sup>196</sup>

---

<sup>196</sup> *Ibid*, Sudaryatmo, hlm. 78

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Dari uraian pembahasan yang telah penulis telaah dalam bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan:

1. Membeli barang dan/atau jasa dan hak pilih yang dimiliki konsumen dalam memilih barang dan/atau jasa. Hal yang paling kentara menyangkut hak informasi didalam praktik adalah, jika didalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 pelaku usaha hanya diwajibkan memberikan informasi mengenai produknya kepada konsumen sebatas pada "*kualitas*" dan "*kuantitas*" suatu produk, dan konsumen berhak menerima informasi mengenai "*kualitas*" dan "*kuantitas*" suatu produk (*barang dan/atau jasa*) secara jujur dan benar. Didalam Islam hak informasi yang diterima konsumen selain menyangkut kualitas dan kuantitas produk juga konsumen berhak mendapatkan informasi mengenai kehalalan suatu produk. Jadi tidak hanya sekedar kualitas dan/atau kuantitas produk saja tetapi kehalalannya juga diperhatikan dalam Islam. Mengenai hak memilih yang terdapat didalam Islam lebih dikenal sebagai hak khiyar yang jika dicermati pada Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen cukup terkomodasi yang bisa dilihat dari adanya klausula eksonerasi pada Perjanjian baku.

Klausula eksonerasi pada perjanjian baku banyak ditemukan dalam praktik bisnis karena pada dasarnya dilakukan berdasarkan asas kebebasan berkontrak sebagaimana diatur dalam Pasal 1338 ayat 1 Kitab Undang-undang Hukum Perdata., yaitu bahwa “*semua perjanjian yang dibuat secara sah, berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya*”.

2. Kontribusi hukum Islam dalam perlindungan konsumen dapat dilihat dari sikap Pemerintah yang membatasi pada ketentuan pencantuman klausula baku juga telah mengatur larangan-larangan bagi pelaku usaha dalam membuat klausula baku agar tidak merugikan kepentingan konsumen yang mana isi dari ketentuan tersebut sesuai dengan prinsip bisnis yang terdapat dalam Islam yang disebut dengan hak khiyar (hak memilih), didalam Islam dikenal adanya hak khiyar dalam lalu lintas bisnis. Hak khiyar ini adalah hak yang ditetapkan syariat Islam bagi orang-orang yang melakukan transaksi bisnis agar tidak dirugikan dalam transaksi yang mereka lakukan, sehingga kemaslahatan yang dituju dalam suatu transaksi tercapai dengan sebaik-baiknya. Dengan kata lain diadakannya khiyar oleh syara' agar kedua belah pihak dapat memikirkan lebih jauh kemaslahatan masing-masing dari akad bisnisnya (jual belinya), supaya tidak menyesal dikemudian hari, dan tidak merasa tertipu. Jadi, hak khiyar itu ditetapkan dalam Islam untuk menjamin kerelaan dan kepuasan timbal balik pihak-

pihak yang melakukan jual beli. Dari satu segi memang opsi khiyar ini tidak praktis karena mengandung arti ketidakpastian suatu transaksi, namun dari segi kepuasan pihak yang melakukan transaksi, khiyar ini merupakan jalan terbaik

## **B. SARAN**

1. Konsumen muslim harus berperan aktif memperjuangkan hak-haknya sebagai konsumen agar tidak terlanggar hak-haknya sebagai pengguna akhir, baik itu hak untuk memilih suatu produk barang dan/atau jasa maupun hak atas informasi barang dan/jasa.
2. Lembaga perlindungan konsumen di Indonesia perlu lebih aktif lagi mendesak pemerintah agar bagi setiap produk yang beredar harus memiliki syarat keselamatan dan produk tersebut baik (baik mengandung pengertian halal bagi konsumen muslim), baik produk buatan dalam negeri maupun produk impor yang diedarkan di pasar dalam negeri.
3. Pemerintah perlu lebih aktif mengadakan pengawasan yang lebih intensif terhadap setiap produk yang beredar di pasar dalam negeri mengenai kelayakan produk tersebut guna melindungi kepentingan dan keselamatan konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

### AL-QUR'AN:

Al-Qur'an dan Terjemahannya Edisi Ilmu Pengetahuan. Bandung: Al-Mizan Publishing House, 2010.

### BUKU:

Aedy, Hasan. *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*, Cetakan Kesatu. Bandung: Alfabeta, 2011.

Alma, Buchari. *Ajaran Islam Dalam Bisnis*, Edisi Revisi. Bandung: Alfabeta, 1994.

Alma, Buchari. *Dasar-Dasar Etika Bisnis*, Cetakan Ketiga. Bandung: Alfabeta, 2003.

Alma, Buchari dan Donni Juni Priansa. *Manajemen Bisnis Syariah*, Cetakan Kesatu. Bandung: Alfabeta. 2009.

Anwar, H. Syamsul. *Studi Hukum Islam Kontemporer*, Cetakan Kesatu. Yogyakarta: Cakrawala, 2006.

Baidan, Nashruddin dan Erwati Aziz. *Etika Islam Dalam Berbisnis*, Cetakan Pertama. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005.

Barkatullah, Abdul Halim. *Hak-Hak Konsumen*, Cetakan Pertama. Bandung: Nusa Media, 2010.

Basyir, Ahmad Azhar. *Asas-Asas Hukum Muamalat (Hukum Perdata Islam)*, Edisi Revisi. Yogyakarta: UII Press, 2000.

Bruggink, J.J.H. (alih bahasa Arief Sidharta), *Refleksi Tentang Hukum*, Cetakan Kedua. Bandung: Citra Aditya Bakti, 1999.

Fauzia, Ika Yunia. *Etika Bisnis Dalam Islam*, Cetakan Kedua. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014.

Ghazaly, Abdul Rahman Ghufron Ihsan dan Sapiudin Shidiq. *Fiqh Muamalat*, Edisi Pertama. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.

- HS, Salim dan Erlies Septiana Nurbani. *Penerapan Teori Hukum Pada Penelitian Tesis Dan Disertasi*, Cetakan Kedua. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013.
- Hulwati. *Ekonomi Islam, Teori Dan Praktiknya Dalam Perdagangan Obligasi Syariah di Pasar Modal Indonesia Dan Malaysia*, Edisi Kesatu. Jakarta: Ciputat Press, 2006.
- Khairandy, Ridwan. *Iktikad Baik Dalam Kebebasan Berkontrak*, Cetakan Kedua. Jakarta: Program Pasca Sarjana Fakultas Hukum Universitas Indonesia, 2004.
- Kristiyanti, Celina Tri Siwi. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Cetakan Kedua. Jakarta: Sinar Grafika, 2009.
- Mertokusumo, Sudikno. *Bunga Rampai Ilmu Hukum*, Cetakan Pertama. Yogyakarta: Liberty, 1984.
- Miru, Ahmadi dan Sutarman Yodo. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Cetakan Ketujuh. Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- Miru, Ahmadi. *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*, Jakarta: Raja Grafindo Pustaka, 2011.
- Muhammad dan Alimin. *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, Cetakan Pertama. Yogyakarta: BPFE, 2004.
- Nasution, Az. *Konsumen dan Hukum. Tinjauan Sosial, Ekonomi dan Hukum Pada Perlindungan Konsumen Indonesia*, Cetakan Pertama. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1995.
- Nugroho, Susanti Adi. *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*, Cetakan Kedua. Jakarta: Kencana, 2011.
- Qardhawi, Yusuf. *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*, Cetakan Pertama. Jakarta: Gema Insani Press, 1997.
- Shidarta. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Cetakan Kedua. Jakarta: Grasindo, 2004.
- Shofie, Yusuf. *Perlindungan Konsumen & Instrumen-Instrumen Hukumnya*, Cetakan Ketiga. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2009.

- Sidabalok, Janus. *Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia*, Cetakan Kedua. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2010.
- Soekanto, Soerjono. *Pengantar Penelitian Hukum*, Cetakan Jakarta: Rajawali, 2010.
- Subekti, *Pokok-Pokok Hukum Perdata*, Cetakan Kelimabelas. Jakarta: Intermasa, 1980.
- Subekti, R. dan R. Tjitrosudibio, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, Cetakan Keempatpuluh. Jakarta: Pradnya Paramita, 2009.
- Sudaryatmo, *Hukum Dan Advokasi Konsumen*, Cetakan Kedua. Bandung: Citra Aditya Bakti, 1999.
- Syahrani, Riduan. *Seluk Beluk dan Asas-Asas Hukum Perdata*, Edisi Ketiga. Bandung: Alumni, 2006.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*, Edisi III. Yogyakarta: Andy Offset, 2008.
- Yusanto, Muhammad Ismail dan Muhammad Karebet Widjajakusuma. *Menggagas Bisnis Islami*, Cetakan Kesatu. Jakarta: Gema Insani Press, 2002.

#### **DATA INTERNET:**

- <http://crcs.ugm.ac.id/get/Gntt>. Suhadi Cholil, Zainal Abidin Bagir, Mustaghfiroh Rahayu, Budi Asyhari, *Laporan Tahunan Kehidupan Beragama Di Indonesia 2009*. Jakarta: Center for Religious & Cross-cultural Studies (CRCS), 2010.
- <http://ditjenspk.kemendag.go.id>, Direktorat Pemberdayaan Konsumen/Kelembagaan
- <http://siswaspk.kemendag.go.id/artikel> Persoalan-persoalan di seputar Perlindungan Konsumen.
- <http://stain.gurningsoft.com/news/file/6%20Bisnis%20dalam%20Perspektif%20islam.pdf>, Akhmad Nur Zaroni, *Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Aspek Keagamaan dalam Kehidupan Ekonomi)*.
- Badan Pusat Statistik, Hasil Sensus Penduduk 2010. Data Agregat Per Provinsi. BPS, Jakarta, 2010.

<http://peternakan.litbang.pertanian.go.id/fullteks/jitv/jitv174-4.pdf?secure=1>

**PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN:**

Undang-Undang Republik Indonesia No.8 Tahun 1999  
Tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Republik  
Indonesia No.19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta, Tanpa Cetakan.  
Bandung: Citra Umbara, 2003.

## **CURRICULUM VITAE**

Nama : Galih Pamenang Suryo Negoro, SH  
Tempat, Tanggal Lahir : Yogyakarta, 30 Agustus 1982  
Jenis Kelamin : Laki-Laki  
Agama : Islam  
Tinggi, Berat Badan : 166 cm/68 kg  
Alamat : Kenaruhan Rt/Rw: 002/017, Desa Donokerto,  
Kecamatan Turi, Kabupaten Sleman, Propinsi DIY  
Email : galih\_dafaers@yahoo.co.id  
No. Kontak : 081228164285  
Hobby : Baca, Nonton

Demikian daftar riwayat hidup (CV) ini dibuat dengan sebenarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat keterangan yang tidak benar maka saya bersedia bertanggung jawab.

# LAMPIRAN

**UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA**

**NOMOR 8 TAHUN 1999**

**TENTANG**

**PERLINDUNGAN KONSUMEN**

**DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA**

**PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,**

Menimbang:

1. bahwa pembangunan nasional bertujuan untuk mewujudkan suatu masyarakat adil dan makmur yang merata material dan spiritual dalam era demokrasi ekonomi berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945;
2. bahwa pembangunan perekonomian nasional pada era globalisasi harus dapat mendukung, tumbuhnya dunia usaha sehingga mampu menghasilkan beraneka barang dan / atau jasa yang, memiliki kandungan teknologi yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat banyak dan sekaligus mendapatkan kepastian atas barang dan / atau jasa yang diperoleh dari perdagangan tanpa mengakibatkan kerugian konsumen;
3. bahwa semakin terbukanya pasar nasional sebagai akibat dari proses globalisasi ekonomi harus tetap menjamin peningkatan kesejahteraan masyarakat serta kepastian atas mutu, jumlah, dan keamanan barang dan/atau jasa yang diperolehnya di pasar;
4. bahwa untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuhkembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggungjawab;
5. bahwa ketentuan hukum yang melindungi kepentingan konsumen di Indonesia belum memadai;
6. bahwa berdasarkan pertimbangan tersebut di atas diperlukan perangkat peraturan perundang-undangan untuk mewujudkan keseimbangan perlindungan kepentingan konsumen dan pelaku usaha sehingga tercipta perekonomian yang sehat;
7. bahwa untuk itu perlu dibentuk Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen;

Mengingat:

Pasal 5 Ayat 1, Pasal 21 Ayat 1, Pasal 27, dan Pasal 33 Undang Undang Dasar 1945;

**Dengan persetujuan**

**DEWAN PERWAKILAN RAKYAT REPUBLIK INDONESIA**

**MEMUTUSKAN:**

Menetapkan: UNDANG-UNDANG TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN.

**BAB I**

**KETENTUAN UMUM**

**Pasal 1**

Dalam Undang-undang ini yang dimaksud dengan:

1. Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.
2. 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.
3. Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan 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.
4. Barang adalah setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan atau dimanfaatkan oleh konsumen.
5. Jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.
6. Promosi adalah kegiatan pengenalan atau penyebarluasan informasi suatu barang dan/atau jasa untuk menarik minat beli konsumen terhadap barang dan/atau jasa yang akan dan sedang diperdagangkan.
7. Impor barang adalah kegiatan memasukkan barang ke dalam daerah pabean.
8. Impor jasa adalah kegiatan penyediaan jasa asing untuk digunakan di dalam wilayah Republik Indonesia.
9. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat adalah lembaga non-Pemerintah yang terdaftar dan diakui oleh Pemerintah yang mempunyai kegiatan menangani perlindungan konsumen.
10. Klausula Baku adalah setiap aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam suatu dokumen dan/atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen.
11. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen adalah badan yang bertugas menangani

- dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen.
12. Badan Perlindungan Konsumen Nasional adalah badan yang dibentuk untuk membantu upaya pengembangan perlindungan konsumen.
  13. Menteri adalah menteri yang ruang lingkup tugas dan tanggung jawabnya meliputi bidang perdagangan.

## **BAB II**

### **ASAS DAN TUJUAN**

#### **Pasal 2**

Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.

#### **Pasal 3**

Perlindungan konsumen bertujuan:

1. meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
2. mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan / atau jasa;
3. meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
4. menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
5. menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
6. meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang, menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

## **BAB III**

### **HAK DAN KEWAJIBAN**

#### **Bagian Pertama**

#### **Hak dan Kewajiban Konsumen**

#### **Pasal 4**

Hak konsumen adalah:

1. hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
2. hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
3. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
4. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan / atau jasa yang digunakan;
5. hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
6. hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
7. hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
8. hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
9. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

#### **Pasal 5**

Kewajiban konsumen adalah:

1. membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
2. beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
3. membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
4. mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

#### **Bagian Kedua**

#### **Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha**

#### **Pasal 6**

Hak pelaku usaha adalah:

1. hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
2. hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
3. hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
4. hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan / atau jasa yang diperdagangkan;

5. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

### **Pasal 7**

Kewajiban pelaku usaha adalah:

1. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
2. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
3. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
4. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
5. 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;
6. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
7. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

## **BAB IV**

### **PERDUATAN YANG DILARANG**

#### **BAGI PELAKU USAHA**

### **Pasal 8**

1. Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:
  1. tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
  2. tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
  3. tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
  4. tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut,
  5. tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya,

mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;

6. tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
  7. tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tersebut;
  8. tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label;
  9. 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;
  10. 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.

### **Pasal 9**

1. Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah:
  1. barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu;
  2. barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru;
  3. barang dan/atau jasa tersebut telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri kerja atau aksesori tertentu;
  4. barang dan/atau jasa tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan atau afiliasi;
  5. barang dan/atau jasa tersebut tersedia;
  6. barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi;
  7. barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu;
  8. barang tersebut berasal dari daerah tertentu;
  9. secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang dan/atau jasa

- lain;
10. menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman tidak berbahaya, tidak mengandung risiko atau efek sampingan tanpa keterangan yang lengkap;
  11. menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.
2. Barang dan/atau jasa sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dilarang untuk diperdagangkan.
  3. Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap ayat 1 dilarang melanjutkan penawaran, promosi, dan pengiklanan barang dan/atau jasa tersebut.

#### **Pasal 10**

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai:

1. harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa;
2. kegunaan suatu barang dan/atau jasa;
3. kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa;
4. tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan;
5. bahwa penggunaan barang dan/atau jasa.

#### **Pasal 11**

Pelaku usaha dalam hal penjualan yang dilakukan melalui cara obral atau lelang, dilarang mengelabui/menyesatkan konsumen dengan:

1. menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah telah memenuhi standar mutu tertentu;
2. menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah tidak mengandung cacat tersembunyi;
3. tidak berniat untuk menjual barang yang ditawarkan melainkan dengan maksud untuk menjual barang lain;
4. tidak menyediakan barang dalam jumlah tertentu dan/atau jumlah yang cukup dengan maksud menjual barang yang lain;
5. tidak menyediakan jasa dalam kapasitas tertentu atau dalam jumlah cukup dengan maksud menjual jasa yang lain;
6. menaikkan harga atau tarif barang dan/atau jasa sebelum melakukan obral.

#### **Pasal 12**

Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan harga atau tarif khusus dalam waktu dan jumlah tertentu, jika pelaku usaha tersebut tidak bermaksud untuk melaksanakannya sesuai dengan waktu dan jumlah

yang ditawarkan, dipromosikan, atau diiklankan.

### **Pasal 13**

1. Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain secara cuma-cuma dengan maksud tidak memberikannya atau memberikan tidak sebagaimana yang dijanjikannya.
2. Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan obat, obat tradisional, suplemen makanan, alat kesehatan, dan jasa pelayanan kesehatan dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain.

### **Pasal 14**

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang, ditujukan untuk diperdagangkan dengan memberikan hadiah melalui cara undian, dilarang untuk:

1. tidak melakukan penarikan hadiah setelah batas waktu yang dijanjikan;
2. mengumumkan hasilnya tidak melalui media masa;
3. memberikan hadiah tidak sesuai dengan yang dijanjikan;
4. mengganti hadiah yang tidak setara dengan nilai hadiah yang dijanjikan;

### **Pasal 15**

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa dilarang melakukan dengan cara pemaksaan atau cara lain yang dapat menimbulkan gangguan baik fisik maupun psikis terhadap konsumen.

### **Pasal 16**

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa melalui pesanan dilarang untuk:

1. tidak menepati pesanan dan/atau kesepakatan waktu penyelesaian sesuai dengan yang dijanjikan;
2. tidak menepati janji atas suatu pelayanan dan/atau prestasi.

### **Pasal 17**

1. Pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang:
  1. mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa;
  2. mengelabui jaminan/garansi terhadap barang dan/atau jasa;
  3. memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang

- dan/atau jasa;
4. tidak memuat informasi mengenai risiko pemakaian barang dan/atau jasa;
  5. mengeksploitasi kejadian dan/atau seseorang tanpa seizin yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan;
  6. melanggar etika dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai periklanan.
2. Pelaku usaha periklanan dilarang melanjutkan peredaran iklan yang telah melanggar ketentuan pada ayat 1.

## **BAB V**

### **KETENTUAN PENCANTUMAN KLAUSULA BAKU**

#### **Pasal 18**

1. Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang membuat atau mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan/atau perjanjian apabila:
  1. menyatakan pengalihan tanggungjawab pelaku usaha;
  2. menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen;
  3. menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali uang yang dibayarkan atas barang dan/atau jasa yang dibeli oleh konsumen;
  4. menyatakan pemberian kuasa dari konsumen kepada pelaku usaha baik secara langsung, maupun tidak langsung untuk melakukan segala tindakan sepihak yang berkaitan dengan barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran;
  5. mengatur perihal pembuktian atas hilangnya kegunaan barang atau pemanfaatan jasa yang dibeli oleh konsumen;
  6. memberi hak kepada pelaku usaha untuk mengurangi manfaat jasa atau mengurangi harta kekayaan konsumen yang menjadi obyek jual beli jasa;
  7. menyatakan tunduknya konsumen kepada peraturan yang berupa aturan baru, tambahan, lanjutan dan/atau perubahan lanjutan yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha dalam masa konsumen memanfaatkan jasa yang dibelinya;
  8. menyatakan bahwa konsumen memberi kuasa kepada pelaku usaha untuk pembebanan hak tanggungan, hak gadai, atau hak jaminan terhadap barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran.
2. Pelaku usaha dilarang mencantumkan klausula baku yang letak atau bentuknya sulit terlihat atau tidak dapat dibaca secara jelas, atau yang pengungkapannya sulit dimengerti.
3. Setiap klausula baku yang telah ditetapkan oleh pelaku usaha pada dokumen atau perjanjian yang memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dan ayat 2 dinyatakan batal demi hukum.

4. Pelaku usaha wajib menyesuaikan klausula baku yang bertentangan dengan Undang-undang ini.

## **BAB VI**

### **TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA**

#### **Pasal 19**

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 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 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 dari 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 sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 ayat 1, ayat 2, ayat 3, dan ayat 4, dapat digugat melalui badan penyelesaian sengketa konsumen atau mengajukan ke badan peradilan di tempat 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:
  1. pelaku usaha lain menjual kepada konsumen tanpa melakukan perubahan apa pun atas barang dan/atau jasa tersebut;
  2. pelaku usaha lain, di dalam 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 sebagaimana 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 (satu) 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:
  1. tidak menyediakan atau lalai menyediakan suku cadang dan/atau fasilitas perbaikan;
  2. 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:

1. barang tersebut terbukti seharusnya tidak diedarkan atau tidak dimaksudkan untuk diedarkan;

2. cacat barang timbul pada kemudian hari;
3. cacat timbul akibat ditaatinya ketentuan mengenai kualifikasi barang;
4. kelalaian yang diakibatkan oleh konsumen;
5. lewatnya jangka waktu penuntutan 4 (empat) 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 usaha.

### **BAB VII**

#### **PEMBINAAN DAN PENGAWASAN**

##### **Bagian Pertama**

##### **Pembinaan**

#### **Pasal 29**

1. Pemerintah bertanggung jawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajiban konsumen dan pelaku usaha.
2. Pembinaan oleh pemerintah atas penyelenggaraan perlindungan konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dilaksanakan oleh Menteri dan/atau menteri teknis terkait.
3. Menteri sebagaimana dimaksud pada ayat 2 melakukan koordinasi atas penyelenggaraan perlindungan konsumen.
4. Pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat 2 meliputi upaya untuk:
  1. terciptanya iklim usaha dan timbulnya hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen;
  2. berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
  3. meningkatnya kualitas sumber daya manusia serta meningkatnya kegiatan penelitian dan pengembangan di bidang perlindungan konsumen.
5. Ketentuan lebih lanjut mengenai pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen diatur dengan Peraturan Pemerintah.

##### **Bagian Kedua**

##### **Pengawasan**

### **Pasal 30**

1. Pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen serta penerapan ketentuan peraturan perundang-undangannya diselenggarakan oleh pemerintah, masyarakat, dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat.
2. Pengawasan oleh pemerintah sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dilaksanakan oleh Menteri dan/atau menteri teknis terkait.
3. Pengawasan oleh masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dilakukan terhadap barang dan/atau jasa yang beredar di pasar.
4. Apabila hasil pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat 3 ternyata menyimpang dari peraturan perundang-undangan yang berlaku dan membahayakan konsumen, Menteri dan/atau menteri teknis mengambil tindakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
5. Hasil pengawasan yang diselenggarakan masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dapat disebarluaskan kepada masyarakat dan dapat disampaikan kepada Menteri dan menteri teknis.
6. Ketentuan pelaksanaan tugas pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat 1, ayat 2, dan ayat 3 ditetapkan dengan Peraturan Pemerintah.

## **BAB VIII**

### **BADAN PERLINDUNGAN KONSUMEN NASIONAL**

#### **Bagian Pertama**

#### **Nama, Kedudukan, Fungsi, dan Tugas**

### **Pasal 31**

Dalam rangka mengembangkan upaya perlindungan konsumen dibentuk Badan Perlindungan Konsumen Nasional.

### **Pasal 32**

Badan Perlindungan Konsumen Nasional berkedudukan di Ibu Kota Negara Republik Indonesia dan bertanggung jawab kepada Presiden.

### **Pasal 33**

Badan Perlindungan Konsumen Nasional mempunyai fungsi memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen di Indonesia.

### **Pasal 34**

1. Untuk menjalankan fungsi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 33, Badan

Perlindungan Konsumen Nasional mempunyai tugas:

1. memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka penyusunan kebijaksanaan di bidang perlindungan konsumen;
  2. melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang perlindungan konsumen;
  3. melakukan penelitian terhadap barang dan/atau jasa yang menyangkut keselamatan konsumen;
  4. mendorong berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
  5. menyebarluaskan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen dan memasyarakatkan sikap keberpihakan kepada konsumen;
  6. menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, atau pelaku usaha;
  7. melakukan survei yang menyangkut kebutuhan konsumen.
2. Dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat 1, Badan Perlindungan Konsumen Nasional dapat bekerja sama dengan organisasi konsumen internasional.

## **Bagian Kedua**

### **Susunan Organisasi dan Keanggotaan**

#### **Pasal 35**

1. Badan Perlindungan Konsumen Nasional terdiri atas seorang ketua merangkap anggota, seorang wakil ketua merangkap anggota, serta sekurang-kurangnya 15 (lima belas) orang dan sebanyak-banyaknya 25 (dua puluh lima) orang anggota yang mewakili semua unsur.
2. Anggota Badan Perlindungan Konsumen Nasional diangkat dan diberhentikan oleh Presiden atas usul Menteri, setelah dikonsultasikan kepada Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia.
3. Masa jabatan ketua, wakil ketua, dan anggota Badan Perlindungan Konsumen Nasional selama 3 (tiga) tahun dan dapat diangkat kembali untuk 1 (satu) kali masa jabatan berikutnya.
4. Ketua dan wakil ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional dipilih oleh anggota.

#### **Pasal 36**

Anggota Badan Perlindungan Konsumen Nasional terdiri atas unsur:

1. pemerintah;
2. pelaku usaha;
3. Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
4. akademisi; dan

5. tenaga ahli.

#### **Pasal 37**

Persyaratan keanggotaan Badan Perlindungan Konsumen Nasional adalah: a. warga negara Republik Indonesia; b. berbadan sehat; c. berkelakuan baik; d. tidak pernah dihukum karena kejahatan; e. memiliki pengetahuan dan pengalaman di bidang perlindungan konsumen; dan f. berusia sekurang-kurangnya 30 (tiga puluh) tahun.

#### **Pasal 38**

Keanggotaan Badan Perlindungan Konsumen Nasional berhenti karena:

1. meninggal dunia;
2. mengundurkan diri atas permintaan sendiri;
3. bertempat tinggal di luar wilayah negara Republik Indonesia;
4. sakit secara terus menerus;
5. berakhir masa jabatan sebagai anggota; atau
6. diberhentikan.

#### **Pasal 39**

1. Untuk kelancaran pelaksanaan tugas, Badan Perlindungan Konsumen Nasional dibantu oleh sekretariat.
2. Sekretariat sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dipimpin oleh seorang sekretaris yang diangkat oleh Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional.
3. Fungsi, tugas, dan tata kerja sekretariat sebagaimana dimaksud pada ayat 1 diatur dalam keputusan Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional.

#### **Pasal 40**

1. Apabila diperlukan Badan Perlindungan Konsumen Nasional dapat membentuk perwakilan Ibu Kota Daerah Tingkat I untuk membantu pelaksanaan tugasnya.
2. Pembentukan perwakilan sebagaimana dimaksud pada ayat 1 ditetapkan lebih lanjut dengan keputusan Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional.

#### **Pasal 41**

Dalam pelaksanaan tugas, Badan Perlindungan Konsumen Nasional berkerja berdasarkan tata kerja yang diatur dengan keputusan Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional.

#### **Pasal 42**

Biaya untuk pelaksanaan tugas Badan Perlindungan Konsumen Nasional dibebankan kepada anggaran pendapatan dan belanja negara dan sumber lain yang sesuai dengan peraturan

perundang-undangan yang berlaku.

### **Pasal 43**

Ketentuan lebih lanjut mengenai pembentukan Badan Perlindungan Konsumen Nasional diatur dalam Peraturan Pemerintah.

## **BAB IX**

### **LEMBAGA PERLINDUNGAN KONSUMEN**

#### **SWADAYA MASYARAKAT**

### **Pasal 44**

1. Pemerintah mengakui lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat.
2. Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat memiliki kesempatan untuk berperan aktif dalam mewujudkan perlindungan konsumen.
3. Tugas lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat meliputi kegiatan:
  1. menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
  2. memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukannya;
  3. bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen;
  4. membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen;
  5. melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.
4. Ketentuan lebih lanjut mengenai tugas lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat sebagaimana dimaksud pada ayat 3 diatur dalam Peraturan Pemerintah.

## **BAB X**

### **MENYELESAIAN SENGKETA**

#### **Bagian Pertama**

#### **Umum**

### **Pasal 4**

1. Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga

yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.

2. Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.
3. Penyelesaian sengketa di luar pengadilan sebagaimana dimaksud pada ayat 2 tidak menghilangkan tanggung jawab pidana sebagaimana diatur dalam Undang-undang.
4. Apabila telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya tersebut dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang, bersengketa.

#### **Pasal 46**

1. Gugatan atas pelanggaran pelaku usaha dapat dilakukan oleh:
  1. seorang konsumen yang dirugikan atau ahli waris yang bersangkutan;
  2. sekelompok konsumen yang mempunyai kepentingan yang sama;
  3. Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat, yaitu berbentuk badan hukum atau yayasan, yang dalam anggaran dasarnya menyebutkan dengan tegas bahwa tujuan didirikannya organisasi tersebut adalah untuk kepentingan perlindungan konsumen dan telah melaksanakan kegiatan sesuai dengan anggaran dasarnya;
  4. pemerintah dan/atau instansi terkait apabila barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau dimanfaatkan mengakibatkan kerugian materi yang besar dan/atau korban yang tidak sedikit.
2. Gugatan yang diajukan oleh sekelompok konsumen, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat atau pemerintah sebagaimana dimaksud pada ayat 1 huruf b, huruf c, atau huruf d diajukan kepada peradilan umum.
3. Ketentuan lebih lanjut mengenai kerugian materi yang besar dan/atau korban yang tidak sedikit sebagaimana dimaksud pada ayat 1 huruf d diatur dengan Peraturan Pemerintah.

### **Bagian Kedua**

#### **Penyelesaian Sengketa di luar Pengadilan**

#### **Pasal 47**

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 atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen.

### **Bagian Ketiga**

#### **Penyelesaian Sengketa Melalui Pengadilan**

#### **Pasal 48**

Penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan mengacu pada ketentuan tentang peradilan umum yang berlaku dengan memperhatikan ketentuan dalam Pasal 45.

### **BAB XI**

## **BADAN PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN**

#### **Pasal 49**

1. Pemerintah membentuk badan penyelesaian sengketa konsumen di Daerah Tingkat II untuk penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan.
2. Untuk, dapat diangkat menjadi anggota badan penyelesaian sengketa konsumen, seseorang harus memenuhi syarat sebagai berikut:
  1. warga negara Republik Indonesia;
  2. berbadan sehat;
  3. berkelakuan baik;
  4. tidak pernah dihukum karena kejahatan;
  5. memiliki pengetahuan dan pengalaman di bidang perlindungan konsumen;
  6. berusia sekurang-kurangnya 30 (tiga puluh) tahun.
3. Anggota sebagaimana dimaksud pada ayat 2 terdiri atas unsur pemerintah, unsur konsumen, dan unsur pelaku usaha.
4. Anggota setiap unsur sebagaimana dimaksud pada ayat 3 berjumlah sedikit-dikitnya 3 (tiga) orang, dan sebanyak-banyaknya 5 (lima) orang.
5. Pengangkatan dan pemberhentian anggota badan penyelesaian sengketa konsumen ditetapkan oleh Menteri.

#### **Pasal 50**

Badan penyelesaian sengketa konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 49 ayat 1 terdiri atas:

1. ketua merangkap anggota;
2. wakil ketua merangkap anggota;
3. anggota.

#### **Pasal 51**

1. Badan penyelesaian sengketa konsumen dalam menjalankan tugasnya dibantu oleh sekretariat.
2. Sekretariat badan penyelesaian sengketa konsumen terdiri atas kepala sekretariat dan anggota sekretariat.

3. Pengangkatan dan pemberhentian kepala sekretariat dan anggota sekretariat badan penyelesaian sengketa konsumen ditetapkan oleh Menteri.

#### **Pasal 52**

Tugas dan wewenang badan penyelesaian sengketa konsumen meliputi:

1. melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen, dengan cara melalui mediasi atau arbitrase atau konsiliasi;
2. memberikan konsultasi perlindungan konsumen;
3. melakukan pengawasan terhadap pencantuman klausula baku;
4. melaporkan kepada penyidik umum apabila terjadi pelanggaran ketentuan dalam Undang-undang ini;
5. menerima pengaduan baik tertulis maupun tidak tertulis, dari konsumen tentang terjadinya pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
6. melakukan penelitian dan pemeriksaan sengketa perlindungan konsumen;
7. memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
8. memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli dan/atau setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran terhadap Undang-undang ini;
9. meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli, atau setiap orang sebagaimana dimaksud pada huruf g dan huruf h, yang tidak bersedia memenuhi panggilan badan penyelesaian sengketa konsumen;
10. mendapatkan, meneliti dan/atau menilai surat, dokumen, atau alat bukti lain guna penyelidikan dan / atau pemeriksaan;
11. memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian di pihak konsumen;
12. memberitahukan putusan kepada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
13. menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan Undang-undang ini.

#### **Pasal 53**

Ketentuan lebih lanjut mengenai pelaksanaan tugas dan wewenang badan penyelesaian sengketa konsumen Daerah Tingkat II diatur dalam surat keputusan menteri.

#### **Pasal 54**

1. Untuk menangani dan menyelesaikan sengketa konsumen, badan penyelesaian sengketa konsumen membentuk majelis.
2. Jumlah anggota majelis sebagaimana dimaksud pada ayat 1 harus ganjil dan sedikit-dikitnya 3 (tiga) orang, yang mewakili semua unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 49 ayat 3, serta dibantu oleh seorang panitera.
3. Putusan majelis bersifat final dan mengikat.

4. Ketentuan teknis lebih lanjut pelaksanaan tugas majelis diatur dalam surat keputusan menteri.

#### **Pasal 55**

Badan penyelesaian sengketa konsumen wajib mengeluarkan putusan paling lambat dalam waktu 21 (dua puluh satu) hari kerja setelah gugatan diterima.

#### **Pasal 56**

1. Dalam waktu paling lambat 7 (tujuh) hari kerja sejak menerima putusan badan penyelesaian sengketa konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 55 pelaku usaha wajib melaksanakan putusan tersebut.
2. Para pihak dapat mengajukan keberatan kepada Pengadilan Negeri paling lambat 14 (empat belas) hari kerja setelah menerima pemberitahuan putusan tersebut.
3. Pelaku usaha yang tidak mengajukan keberatan dalam jangka waktu sebagaimana dimaksud pada ayat 2 dianggap menerima putusan badan penyelesaian sengketa konsumen.
4. Apabila ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dan ayat 3 tidak dijalankan oleh pelaku usaha, badan penyelesaian sengketa konsumen menyerahkan putusan tersebut kepada penyidik untuk melakukan penyidikan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
5. Putusan badan penyelesaian sengketa konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat 3 merupakan bukti permulaan yang cukup bagi penyidik untuk melakukan penyidikan.

#### **Pasal 57**

Putusan majelis sebagaimana dimaksud dalam Pasal 54 ayat 3 dimintakan penetapan eksekusinya kepada Pengadilan Negeri di tempat konsumen yang dirugikan.

#### **Pasal 58**

1. Pengadilan Negeri wajib mengeluarkan putusan atas keberatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 56 ayat 2 dalam waktu paling lambat 21 (dua puluh satu) hari sejak diterimanya keberatan.
2. Terhadap putusan Pengadilan Negeri sebagaimana dimaksud pada ayat 1, para pihak dalam waktu paling lambat 14 (empat belas) hari dapat mengajukan kasasi ke Mahkamah Agung Republik Indonesia.
3. Mahkamah Agung Republik Indonesia wajib mengeluarkan putusan dalam waktu paling lambat 30 (tiga puluh) hari sejak menerima permohonan kasasi.

### **BAB XII**

#### **PENYIDIKAN**

### **Pasal 59**

1. Selain Pejabat Polisi Negara Republik Indonesia, Pejabat Pegawai Negeri Sipil tertentu di lingkungan instansi pemerintah yang lingkup tugas dan tanggung jawabnya di bidang perlindungan konsumen juga diberi wewenang khusus sebagai penyidik sebagaimana dimaksud dalam Undang-undang Hukum Acara Pidana yang berlaku.
2. Penyidik Pejabat Pegawai Negeri Sipil ,sebagaimana dimaksud pada ayat 1 berwenang:
  1. melakukan pemeriksaan atas kebenaran laporan atau keterangan berkenaan dengan tindak pidana di bidang perlindungan konsumen;
  2. melakukan pemeriksaan terhadap orang, atau badan hukum yang diduga melakukan tindak pidana di bidang perlindungan konsumen;
  3. meminta keterangan dan bahan bukti dari orang atau badan hukum sehubungan dengan peristiwa tindak pidana di bidang perlindungan konsumen;
  4. melakukan pemeriksaan atas pembukuan, catatan, dan dokumen lain berkenaan dengan tindak pidana di bidang perlindungan konsumen;
  5. melakukan pemeriksaan di tempat tertentu yang diduga terdapat bahan bukti serta melakukan penyitaan terhadap barang hasil pelanggaran yang dapat dijadikan bukti dalam perkara tindak pidana di bidang perlindungan konsumen;
  6. meminta bantuan ahli dalam rangka pelaksanaan tugas penyidikan tindak pidana di bidang perlindungan konsumen.
3. Penyidik Pejabat Pegawai Negeri Sipil sebagaimana dimaksud pada ayat 1 memberitahukan dimulainya penyidikan dan hasil penyidikannya kepada Penyidik Pejabat Polisi Negara Republik Indonesia.
4. Penyidik Pejabat Pegawai Negeri Sipil sebagaimana dimaksud pada ayat 1 menyampaikan hasil penyidikan kepada Penuntut Umum melalui Penyidik Pejabat Polisi Negara Republik Indonesia.

### **BAB XIII**

#### **SANKSI**

##### **Bagian Pertama**

##### **Sanksi Administratif**

### **Pasal 60**

1. Badan penyelesaian sengketa konsumen berwenang menjatuhkan sanksi administratif terhadap pelaku usaha yang melanggar Pasal 19 ayat 2 dan ayat 3, Pasal 20, Pasal 25, dan Pasal 26.
2. Sanksi administratif berupa penetapan ganti rugi paling banyak Rp 200.000.000,00

(dua ratus juta rupiah).

3. Tata cara penetapan sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat 1 diatur lebih lanjut dalam peraturan perundang-undangan.

## **Bagian Kedua**

### **Sanksi Pidana**

#### **Pasal 61**

Penuntutan pidana dapat dilakukan terhadap pelaku usaha dan/atau pengurusnya.

#### **Pasal 62**

1. Pelaku Usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat 2, Pasal 15, Pasal 1 ayat 1 huruf a, huruf b, huruf c, huruf c, ayat 2, dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).
2. Pelaku usaha yang, melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11, Pasal 12, Pasal 13 ayat 1, Pasal 14, Pasal 16, dan Pasal 17 ayat 1 huruf d dan huruf f dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
3. Terhadap pelanggaran yang mengakibatkan luka berat, sakit berat, cacat tetap atau kematian diberlakukan ketentuan pidana yang berlaku.

#### **Pasal 63**

Terhadap sanksi pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 62, dapat dijatuhkan hukuman tambahan, berupa:

1. perampasan barang tertentu;
2. pengumuman keputusan hakim;
3. pembayaran ganti rugi;
4. perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen;
5. kewajiban penarikan barang dari peredaran; atau
6. pencabutan izin usaha.

## **BAB XIV**

### **KETENTUAN PERALIHAN**

#### **Pasal 64**

Segala ketentuan peraturan perundang-undangan yang bertujuan melindungi konsumen yang

telah ada pada saat Undang-undang ini diundangkan, dinyatakan tetap berlaku sepanjang tidak diatur secara khusus dan/atau tidak bertentangan dengan ketentuan dalam Undang-undang ini.

## **BAB XV**

### **KETENTUAN PENUTUP**

#### **Pasal 65**

Undang-undang ini berlaku setelah 1 (satu) tahun sejak diundangkan.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Undang-undang ini dengan penempatannya dalam Lembaran Negara Republik Indonesia.

Disahkan di Jakarta  
pada tanggal 20 April 1999

**PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA**

ttd.

**BACHARUDDIN JUSUF HABIBIE**

Diundangkan di Jakarta  
pada tanggal 20 April 1999

**MENTERI NEGARA SEKRETARIS NEGARA  
REPUBLIK INDONESIA**

聽

ttd.

**AKBAR TANDJUNG**

LEMBARAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA TAHUN 1999 NOMOR 42

[kembali](#)