PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM JUAL-BELI ONLINE VIA INSTAGRAM MENURUT HUKUM ISLAM

(Studi di Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen di Bukittinggi)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar

Sarjana Hukum (SH) pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)

Oleh :

NURUL AMANINA

NIM. 1216.013

PRODI HUKUM EKONOMI SYARI'AH (MUAMALAH)

FAKULTAS SYARI'AH

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BUKITTINGGI

TP. 2020 M / 1441 H

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul "Perlindungan Konsumen dalam Jual Beli Online via Instagram Menurut Hukum Islam (Studi di Badan Penyelesaian sengketa Konsumen di Bukittinggi", yang ditulis oleh Nurul Amanina, NIM 1216. 013, Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah (Muamalah) Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi.

Skripsi ini ditulis karena maraknya terjadi transaksi jual-beli online melalui media sosial. Baik itu melalui Shopee, Lazada dan bahkan melalui media sosial Instagram dengan melalui akun online shop yang digunakan oleh pelaku usaha. Transaksi jual-beli online yang dilakukan melalui media sosial Instagram, pihak pembeli akan langsung bertransaksi dengan penjual. Biasanya transaksi ini dilakukan dengan cara mengirim uang terlebih dahulu dan akan di proses oleh pihak yang memiliki akun tersebut sehingga tidak ada pihak yang akan menjamin apabila terjadinya kesalahan terhadap transaksi tersebut. Karena tidak adanya yang menjamin terhadap transaksi ini, sehingga seringnya terjadi penipuan. Oleh karena itu maka pentingnya peran BPSK dalam menyelesaikan sengketa antara konsumen dan produsen dan penyelesaian sengketa konsumen menurut hukum Islam.

Penelitian ini menggunakan metode wawancara. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah majlis di Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dan juga kepada pihak konsumen yang pernah melakukan transaksi jual beli online via Instagram yang pernah bersengketa dengan pelaku usaha. Adapun data yang didapat tersebut diolah dan dianalisis.

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditemukan bahwa adanya transaksi jual beli online via Istagram yang terjadi sengketa antara konsumen dengan pelaku usaha dengan merugikan pihak konsumen yaitu uang yang telah di kirim dengan tidak diprosesnya barang yang akan dibelinya. Hal itu kemudian dilaporkan kepada pihak BPSK dan di proses oleh pihak BPSK. Karena hal ini menyangkut kerugian oleh pihak konsumen BPSK menyelidiki dan hal ini merupakan kasus penipuan dan dilimpahkan kepada pihak yang berwenang yaitu kepolisian. Menurut hukum Islam penyelesaian sengketa konsumen dan pelaku usaha, apabila salah satu pihak dirugikan, maka pihak yang merugikan wajib untuk mengembalikan atau mengganti kerugian tersebut. Dan apabila terdapat unsur penipuan maka salah satu pihak boleh untuk membatalkan transaksi.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah memberi rahmat dan hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul : "Penyelesaian Sengketa Konsumen dalam Jual Beli Online via Instagram Menurut Hukum Islam (studi di Badan penyelesaian Sengketa Konsumen di Bukittinggi)". Shalawat serta salam penulis do'akan agar tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing umatnya kejalan yang diridhai oleh Allah SWT. penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Hukum pada Progran Studi Hukum Ekonomi Syari'ah Fakultas Syari'ah IAIN Bukittinggi.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, sungguh banyak kesulitan yang dilalui, namun alhamdulillah berkat bantuan dan dorongan serta petunjuk dari berbagai pihak yang tidak terlepas dari rahmat Allah SWT, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Oleh karena itu penulis mengucapkan teriman kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Ayahanda Helmi dan Ibunda Elvi yang telah bersusah payah mengasuh dan membimbing penulis dengan rasa kasih sayang serta mengiringi setiap langkah penulis dengan do'a dan telah banyak berkorban demi cita-cita dan masa depan penulis. Tidak terlupakan kepada adinda Nurul 'Izzati

yang telah membantu dalam segala hal, sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan ini, selanjutnya kepada karib kerabat yang selalu memberi dorongan dan harapan agar penulis tegar dalam menempuh perjalanan cita-cita.

2. Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi, Ibu Dr. Ridha Ahida, M.Hum beserta Bapak-bapak Wakil Rektor, Bapak Dr. Asyari, M.Si, Bapak Dr. Novi Hendri, M.Ag, dan Bapak Miswardi, M.Hum, yang telah memberikan failitas kepada penulis selama menjalani pendidikan di IAIN Bukittinggi.

3. Dekan Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi, Bapak Dr. Ismail, M.Ag, Bapak Dr. Nofiardi, M.Ag, Bapak Dr. Busyro M.Ag, dan Bapak Fajrul Wadi, S.Ag, M.Hum, serta Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah), Bapak Beni Firdaus, S.HI, M.A, yang telah memfasilitasi penulis dalam menjalani pendidikan dan bimbingan skripsi ini.

4. Dosen Penasehat Akademik, Bapak Dr.H. Afifi Fauzi Abbas,MA yang telah memberi dorongan kepada penulis untuk menyelesaikan studi di IAIN Bukittinggi.

5. Pembimbing skripsi penulis, Bapak Ali Rahman SH.MH, yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dengan berbagai ilmu pengetahuan.

6. Pemimpin beserta staf perpustakaan yang telah mengijinkan penulis untuk mengakses buku-buku yang dibutuhkan dalam mengumpulkan data-data dan informasi yang dibutuhkan dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

7. Bapak Ketua BPSK beserta staf yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian di sana.

8. Kepada yang terutama saudaraku Muhammad Ludfi yang telah berkenan membantu penulis serta selalu memberikan dorongan moril kepada penulis agar bisa menyelesaikan pendidikan di IAIN Bukittinggi dengan baik.

9. Keluarga besarku, Aek, Makdang, Om bet, Om Um, Ante Neni, Ante Za,Ante Pi, Ante Mila, dan adik-adikku Fachri, Ira, Rafael, Rofiq, Fatih, Qithi, Lathif, Zakkiya, Aqila, Kenzo, Naniya yang selalu memberikan dorongan dan menjadi penguat semangat penulis untuk menyelesaikan skripsi ini demi mencapai masa depan penulis.

10. Teman masa kecilku Nisa Ul Husna dan Rahma Diani Fitri terima kasih atas pertanyaan kapan wisudanya sehingga memotivasi penulis untuk cepat menyelesaikan skripsi ini.

11. Teman-temanku Putri Aisah, Suci Rahmadhani, Fadillatun Nisa yang selalu support penulis untuk menyelesaikan tugas akhir demi meraih gelar sarjana penulis. Dan juga keluarga besar HES A yang sama-sama berjuang dengan penulis.

12. Kepada semua mahasiswa dan mahasiswi di lingkungan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi, dan teristimewa kepada teman-teman seamgkatan pada program Studi Hukum Ekonomi Syariah yang telah banyak membantu penulis selama perkuliahan.

Atas bantuan yang telah diberikan, penulis ucapkan terimakasih. Semoga mendapatkan ridho dan balasan dari Allah SWT dan semoga karya sederhana ini bermanfaat. *Aamiin ya Rabbal 'alamiin.*

Bukittinggi, 29 Oktober 2020

Penulis

Nurul Amanina

NIM. 1216.013

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**

PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **ii**

LEMBARAN PENGESAHAN ..... **iii**

PERNYATAAN ORISINALITAS ..... **iv**

ABSTRAK ..... **v**

KATA PENGANTAR ..... **vi**

DAFTAR ISI ..... **x**

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Rumusan Masalah 10

C. Tujuan Penelitian 10

D. Manfaat Penelitian 10

E. Penjelasan Judul 11

F. Tinjauan Kepustakaan 13

G. Metode Penelitian 15

H. Sistematika Penulisan 17

BAB II TINJAUAN UMUM TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

A. Sejarah Hukum Perlindungan Konsumen 19

B. Pengertian Perlindungan Konsumen 22

C. Hubungan Antara Konsumen dan Pelaku Usaha 24

D. Tinjauan Umum Konsumen 26

E..Tinjauan Umum Pelaku Usaha 33

F. .Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen 37

BAB III PERLINDUNGAN KONSUMEN MENURUT HUKUM ISLAM

A. Sejarah Perlindungan Konsumen dalam Islam..... 42

B. Dasar Hukum Perlindungan Konsumen dalam Islam..... 45

C. Prinsip-prinsip Perdagangan dalam Islam 47

D. Prinsip Perdagangan yang Dilarang dalam Islam..... 50

E. .Tinjauan Perlindungan Konsumen dalam Islam 52

F. .Hak dan Kewajiban Konsumen Menurut Hukum Islam..... 53

G. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Menurut Hukum Islam..... 59

H. Tanggung Jawab Perlindungan Konsumen Menurut Hukum Islam..... 61

BAB IV PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM JUAL BELI ONLINE VIA INSTAGRAM MENURUT HUKUM ISLAM

A. Profil Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Kota Bukittinggi 63

B. Perlindungan Konsumen dalam Jual Beli Online via Instagram..... 70

C. Analisis Perlindungan Konsumen dalam Jual Beli Online via Instagram menurut Hukum Islam 76

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 83

B. Saran-saran..... 84

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN-LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia merupakan mahkluk sosial yang saling bergantungan antara satu dengan yang lainnya. serta kebutuhan manusia menuntut akan adanya jual beli. Jual beli merupakan suatu transaksi tukar-menukar barang yang mempunyai nilai, dimana salah satu pihak menjual barang dan pihak lainnya menjadi pembeli sesuai dengan kesepakatan antara kedua belah pihak.

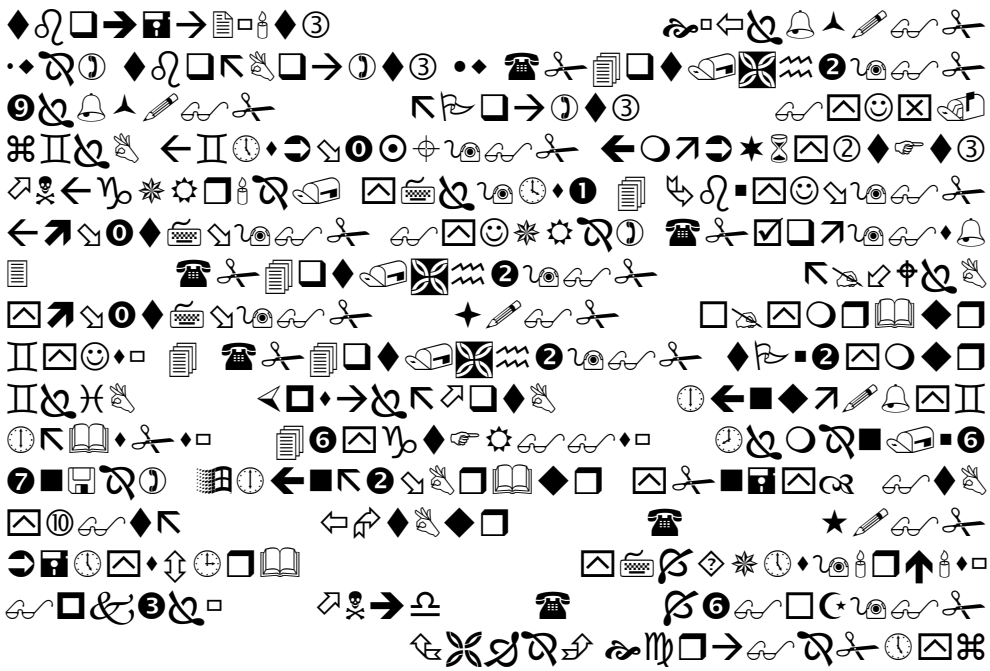
Menurut Ulama Hanafiyah jual-beli adalah: "Saling tukar harta dengan harta melalui cara tertentu". Atau "tukar-menukar sesuatu yang diinginkan dengan yang sepadan melalui cara yang bermanfaat".

Menurut Ibnu Qudamah jual-beli adalah: "Saling menukar harta dalam bentuk pemindahan milik dan kepemilikan".[1]

Dari beberapa pengertian pendapat ulama di atas dapat di simpulkan, jual beli adalah kegiatan tukar menukar barang antara dua belah pihak yang satu menjadi penjual dan pihak lain menjadi pembeli, seusai dengan kesepakatan dari keuda belah pihak.

Landasan hukum diperbolehkan jual beli ini diungkap dalam firman Allah SWT QS. Al-Baqarah ayat 275 yang berbunyi:

[1] Abdul Rahman Ghazaly dkk, *Fiqih Muamalat,* (Jakarta: Kencana, 2012Cet ke-2), hal. 67-68



“ Orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.[2]

Ayat di atas menjelaskan bahwa Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba, ada hal-hal yang menyebabkan dihalalkannya jual beli, dan dalam masalah riba, ada faktor- faktor yang menyebabkan haramnya riba. Penyebab dihalalkannya jual beli, karena selama pihak pembeli bisa memanfaatkan apa yang dibeli dalam artian sebenarnya (hakiki).

[2] Ahmad Mustafa Al-Maraghi, *Tafsir Al-Maraghi Jilid 3*, (Semarang: PT. Karya Toha Putra Semarang, 1987), hal. 110

Seiring dengan teknologi informasi yang di dukung pula dengan teknologi komputer yang semakin canggih, teknologi komunikasi pada saat ini menjadi sarana penunjang bagi penyebaran informasi hampir ke seluruh dunia. Jaringan komunikasi global dengan fasilitas teknologi komputer tersebut dikenal sebagai internet. Internet mempunyai pengertian sebagai suatu jaringan kerja komunikasi yang bersifat global yang tercipta dari saling terkoneksinya perangkat-perangkat komputer, baik yang berbentuk personal komputer maupun superkomputer.[3]

E-commerce merupakan perjanjian melalui online yang pada prinsipnya sama dengan perjanjian pada umumnya. Perbedaannya hanya terletak pada media dalam membuat perjanjian tersebut. Walaupun dalam beberapa jenis *online contract* tertentu objek perikatannya hanya dapat diwujudkan dalam media elektronik, sebab objek perikatannya berupa muatan digital, seperti jasa untuk mengakses internet.[4]

Menurut penulis jual beli secara *online* memang sudal menjadi hal yang biasa pada saat ini dikarenakan sangat memudahkan masyarakat dalam bertransaksi dan prosesnya yang sangat mudah, cepat, dan aman, dikarenakan masyarakat di era global membutuhkan hal yang simpel termasuk dalam hal berniaga, begitu juga dalam pembayaran yang dapat dilakukan di manapun dan kapanpun tanpa harus pertemuan langsung antara

[3] Gemala Dewi dkk, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005), hal. 208

[4] Gemala Dewi dkk, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia,....*, hal. 209

penjual dan pembeli. Jual beli online sekarang sudah dapat di kunjungi dari berbagai macam media masa seperti facebook, whatsapp dan instagram. Dengan melalui media sosial pedagang memiliki peluang yang besar untuk mempromosikan barang dagangannya karena terbilang lebih mudah dan cepat.

Walaupun praktek jual beli sudah berkembang namun dalam setiap melakukan jual beli tetap berpedoman kepada rukun dan syarat yang harus dipenuhi, sehingga jual beli itu dapat dikatakan sah oleh *syara'*. Menurut Jumhur Ulama:

1. Ada orang yang berakad atau *al-muta'aqidain* (penjual dan pembeli).
2. Ada *shighat* (lafal *ijab* dan *qabul*).
3. Ada barang yang dibeli.
4. Ada nilai tukar pengganti barang.

Dalam pandangan hukum Islam, jual beli merupakan salah satu jenis muamalah yang diatur dalam terutama dalam kitab fiqih terdahulu. Adapun jika dilihat bentuknya, jual beli online (*e-commerce*) pada dasarnya merupakan model transaksi jual beli modern karena mengimplikasikan inovasi teknologi.

Mengenai objek *e-commerce* harus memenuhi syarat objek akad, yaitu:

1. Telah ada pada waktu akad diadakan,

2. Dibenarkan oleh syariah (halal dan bernilai manfaat),

3. Harus jelas dan diketahui,

4. Dapat diserahterimakan.

Barang yang di transaksikan *dalam e-commerce* ada yang memang telah ada (siap kirim) atau yang bersifat pesanan. Objek akad yang dibenarkan oleh syari'at tidak hanya yang zatnya halal, namun juga harus bermanfaat. Mengenai syarat halalnya, objek yang ditransaksikan dalam *e-commerce* terdiri dari berbagai macam jenis barang atau jasa yang jika dilihat dari ukuran halal dan haramnya barang tersebut akan menyebabkan kerancuan.

Secara umum dan mendasar, hubungan antara produsen dan konsumen merupakan hubungan yang terus-menerus dan berkesinambungan. Hubungan tersebut terjadi karena keduanya memang saling menghendaki dan mempunyai tingkat ketergantungan yang cukup tinggi antara yang satu dengan yang lain.[5]

Hubungan antara produsen dan konsumen yang berkelanjutan terjadi sejak proses produksi, distribusi pada pemasaran dan penawaran. Rangkaian perbuatan dan perbuatan hukum yang tidak mempunyai akibat hukum dan

[5] Celina Trisiwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hal. 9

yang mempunyai akibat hukum, baik terhadap semua pihak maupun hanya terhadap pihak tertentu saja.

Undang-undang perlindungan konsumen perlu ada tidak lain karena lemahnya posisi konsumen dibandingkan posisi produsen. Tujuan hukum perlindungan konsumen secara langsung adalah untuk menngkatkan martabat dan kesadaran konsumen. Secara tidak langsung, hukum ini juga akan memdorong produsen untuk melakukan usaha dengan penuh tanggung jawab. Namun, semua tujuan tersebut hanya dapat dicapai bila hukum perlindungan konsumen dapat diterapkan secara konsekuen.

Kendala yang dihadapi dalam upaya perlindungan konsumen di Indonesia tidak terbatas pada rendahnya kesadaran konsumen akan hak, tetapi juga adanya persepsi yang salah di kalangan sebagian besar produsen bahwa perlindungan terhadap konsumen akan menimbulkan kerugian terhadap produsen.[6]

Pada masa sekarang ini transaksi jual beli online ini ada yang melalui situs aplikasi yang dibuat sedemikian rupa. Berbicara tentang situs jual beli online yang familiar di Indonesia, ada beberapa situs belanja online yang sangat sering dikunjungi di Indonesia seperti: Lazada, Bukalapak.com, Tokopedia, dan sebagainya. Dan ada juga yang melakukan transaksi jual-beli online ini melalui media sosial yaitu melalui Instagram.

[6] Celina Trisiwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen,....*, hal. 9-12

Pada prinsinya jual beli melalui media sosial Instagram ini menggunakan akad jual beli *salam* (pesanan). Dikatakan salam karena orang yang memesan menyerahkan uangnya terlebih dahulu sebelum menerima barang dagangannya.[7]

Transaksi jual-beli online yang dilakukan melalui media sosial Instagram, pihak pembeli akan langsung bertransaksi dengan penjual. Biasanya transaksi ini dilakukan dengan cara mengirim uang terlebih dahulu dan akan di proses oleh pihak yang memiliki akun tersebut sehingga tidak ada pihak yang akan menjamin apabila terjadinya kesalahan terhadap transaksi tersebut. Karena tidak adanya yang menjamin terhadap transaksi ini, sehingga seringnya terjadi penipuan.

Sengketa antara konsumen (pembeli) dengan pelaku usaha (penjual) akan digugat oleh yang merasa dirugikan dalam hal jual beli kepada BPSK (Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen). BPSK adalah peradilan khusus konsumen (*small claim cout*) yang sangat diharapkan dapat menjawab tuntutan masyarakat agar proses berperkara berjalan cepat, sederhana dan murah. Dengan demikian, BPSK hanya menerima perkara yang nilai kerugiannya kecil. Badan ini dibentuk di setiap daerah Tingkat II (Pasal 49) BPSK dibentuk untuk menyelesaikan sengketa konsumen diluar Pengadilan

[7] Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah,* (Jakarta: Kencana,2012), hal. 5

dan Badan ini mempunyai anggota-anggota dari unsur pemerintah, konsumen dan pelaku usaha.[8]

Pada observasi awal yang telah penulis lakukan di BPSK, terdapat satu kasus sengketa dalam jual beli online via Intagram yang telah di ajukan kepada pihak berwenang yaitu Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen. Kasus tersebut merupakan kasus jual beli kamera yang di promosikan di media sosial instagram. Pembeli mengetahui informasi penjualan kamera tersebut mrlalui akun yang digunakan penjual. Kemudian pembeli menghubungi penjual melalui chatting whatsapp untuk memintak foto detail kmera karena tidak ingin membeli dengan kondisi barang yang cacat, penipuan maupun mahal. Dan penjual memberikan foto-foto detailnya. Pembelipun meminta bukti-bukti transaksi yang telah pernah dilakukan, agar tidak terjadinya penipuan. Setelah melihat bukti-bukti tersebut pembelipun melakukan transaksi awal dengan mengirimkan uang sesuai harga awal. Namun setelah melakukan transaksi pertama pembeli diminta lagi untuk mengirimkan uang tambahan dengan alasan untuk pembebasan bea cukai dan dengan iming-iming uang dikembalikan lagi. Karena pembeli adalah seorang mahasiswa dan tidak mampu memenuhi permintaan tersebut maka pembeli hanya mampu mengirimkan setengah dari uang tambahan yang diminta pelaku karena takut barang yang dibeli tidak sampai. Karena pembeli ini diancam oleh pelaku, pembeli pun mulai ragu dengan gerak-gerik dari penjual tersebut dan pembelipun meminta jaminan, dan pelaku

[8] Celina Trisiwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen,....*, hal.126-127

hanya memberikan jaminan sebuah KTP. Setelah melihat nama dan alamat di KTP tersebut pembelipun mulai curiga dan menanyakan alamat toko dari penjual tersebut. Namun pelaku pun menjawab dengan bertele-tele. karena pembeli meraa ditipu oleh pelaku, ia pun mencoba untuk menghubungi pelaku dan menyanyakan uang tambahan tersebut. Akan tetapi pelaku malah meminta pembeli untuk melunasi uang tambahan yan dmintanya. Pembelipun berusaha terus untuk menghubungi pelaku, akan tetapi nomor yang dihubungi sudah tidak aktif. Kemudian barulah pembeli (korban) dalam sengketa ini menggugat ke BPSK. Dimana BPSK berupaya untuk menyelesaikan kasus ini berdasarkan UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan.

Pihak BPSK melakukan pemanggilan kepada Pemohon dan Termohon, dan melaksanakan penanganan dengan mediasi. Apabila upaya ini gagal maka pihak BPSK akan mengadakan persidangan terhadap penanganan kasus tersebut. Dan pihak BPSK melakukan pemeriksaan terhadap kasus sengketa konsumen tersebut. Apabila telah dilakukannya pemeriksaan kasus sengketa tersebut akan dilimpahkan kepada kepolisian karena adanya unsur pidana.

Dari latar belakang diatas memotifasi penulis untuk melakukan penelitian lebih lanjut yang akan di tuangkan dalam salah satu karya ilmiah dengan judul *Perlindungan Konsumen Dalam Jual-Beli Online Via*

Instagram Menurut Hukum Islam (Studi Di Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Di Bukittinggi)

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah penulis paparkan di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tahap penyelesaian sengketa antara konsumen dengan produsen dalam transaksi jual-beli online via instagram di Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen di Bukittinggi?
2. Bagaimana perlindungan konsumen dalam jual-beli online via instagram menurut hukum Islam?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian sesuai dengan rumusan masalah yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tahap penyelesaian sengketa antara konsumen dengan produsen dalam transaksi jual-beli online via instagram di Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen di Bukittinggi.
2. Untuk mengetahui perlindungan konsumen dalam jual-beli online via instagram menurut hukum Islam.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1. Untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar sarjana Hukum
2. Sumbangan pemikiran penulis secara ilmiah yang telah diperoleh dalam bidang hukum ekonomi syari'ah
3. Untuk menambah wawasan bagi penulis tentang perlindungan konsumen dalam jual-beli online melalui instagram menurut hukum Islam.

E. Penjelasan Judul

Untuk memudahkan pembaca dalam memahami judul proposal skripsi yang telah penulis cantumkan di latar belakang masalah, sekaligus penyeragaman pemahaman antara penulis dan pembaca, maka perlu penulis jelaskan kata-kata dalam judul skripsi ini sebagai berikut:

Perlindungan Konsumen	:segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. [9]
Jual-beli online	:suatu jual beli dimana penjual dan pembelinya tidak harus bertemu untuk melakukan negosiasi dan transaksi dan komunikasi yang digunakan oleh penjual dan pembeli bisa melalui alat komunikasi seperti chat, telfon,sms dan sebagainya.[10]
Instagram	: sebuah aplikasi berbagai foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto,

[9] Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 1 ayat 1

[10] http://jualbelitegalblog.wordpress.com

menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaringan sosial, termasuk milik *instagram* sendiri.[11]

Hukum Islam : peraturan yang di turunkan Allah kepada manusia agara di pedomani dalam berhubngan dengan Tuhannya, dengan sesamanya, dengan lingkungannya, dan dengan kehidupannya.[12]

BPSK : peradilan khusus konsumen (*small claim cout*) yang sangat diharapkan dapat menjawab tuntutan masyarakat agar proses berperkara berjalan cepat, sederhana dan murah.[13]

Berdasarkan penjelasan diatas yang penulis maksud dari judul ini adalah suatu penelitian sebagai upaya penilaian secara ilmiah dengan judul *Perlindungan Konsumen dalam Jual-beli Online Via Instagram Menurut Hukum Islam (studi Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) di Bukittinggi).*

[11] Ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id

[12] Ahmad Rofiq, *Hukum Islam di Indonesia*, (jakarta:PT Raja Grafindo, 1995) hal.4

[13] Celina Trisiwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen,....*, hal.126

F. Tinjauan Kepustakaan

Tinjauan pustaka adalah deskripsi ringkas tentang kajian atau penelitian yang sudah pernah dilakukan di seputar masalah yang akan diteliti sehingga terlihat jelas bahwa kajian yang dilakukan tidak merupakan pengulangan atau duplikasi dari kajian atau penelitian yang telah ada. Untuk menghindari adanya dugaan plagiasi, berikut ini penulis akan memaparkan beberapa penelitian terdahulu yang memiliki kemiripan dengan penelitian yang akan penulis lakukan. Ada beberapa penelitian yang membahas tentang, diantaranya:

1. Skripsi yang ditulis oleh Nurul Wahyuni/ 11212.016 yang berjudul Bentuk-bentuk Perlindungan Konsumen dalam Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen ditinjau dari Hukum Islam. Ia meneliti dengan rumusan masalah: Bagaimana deskripsi tentang perlindungan konsumen dalam undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap perlindungan konsumen dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Kesimpulan dari penelitian ini:
   a. Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.

b. Bentuk-bentuk perlindungan konsumen dalam hukum Islam diantaranya adalah hak untuk mendapatkan barang dan atau jasa yang halal dan juga baik tanpa ada penipuan.

2. Skripsi yang ditulis oleh Mega Merdekawati/ 1201.063 yang berjudul Periklanan Produk Susu Kuda Liar Bima Sumbawa Menurut Hukum Islam dan UU RI No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (studi kasus di PT. Radio JBS Bukittinggi). Ia meneliti dengan rumusan masalah: Bagaimana periklanan menurut hukum islam, bagaimana pandangan hukum Islam terhadap periklanan produk Susu Kuda Liar Bima Sumbawa di radio JBS, dan bagaimana tinjauan UU RI NO. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen mengenai periklanan produk Susu Kuda Liar Bima Sumbawa di radio JBS. Kesimpulan dari penelitian ini:

   a. Bahwa periklanan menurut Islam boleh, berdasarkan suatu kaidah yang menyatakan bahwa asal dari suatu perkara tersebut adalah boleh selama tidak bertentangan dengan norma agama, maka iklan ini menurut islam dibolehkan.

   b. Pandangan hukum Islam terhadap periklanan Susu Kuda Liar Bima Sumbawa yang dilakukan oleh radio JBS dapat dibenarkan, karena periklana yang dilakukan oleh radio JBS tidak menyalahi peraturan yang ada dalam hukum Islam dan tidak mengandung dusta

c. Menurut UU RI No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen bahwa periklana yang dilakukan oleh radio JBS telah sesuai dengan aturan-aturan yang ada.

3. Skripsi yang ditulis oleh Silvia Gusti Ayu/ 1215.018 yang berjudul Persepsi Mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi Terhadap Jual Beli Followers Di Media Sosial Instagram. Ia meneliti dengan rumusan masalah: bagaimana persepsi mahasiswa program studi Hukum Ekonomi Syariah terhadap jual beli *followers* dan apa motivasi mahasiswa program studi Hukum Ekonomi Syariah dalam melakukan jual beli *followers*. Kesimpulan dari penelitian ini:
   a. Bahwa semakin lama mahasiswa belajar semakin dalam ilmunya terhadap apa yang telah dipelajari khususnya dalam bidang jual beli.
   b. Motivasi mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah dalam melakukan jual beli *followers* adalah jika mereka membelinya untuk keperluan akan pribadi maka *followers* itu berguna untuk menaikkan nama seseorang agar lebih dikenal banyak orang sehingga dijuluki selebgram (selebriti Instagram).

Dari skripsi di atas, hampir mirip dengan penelitian yang akan penulis lakukan, skripsi di atas membahas tentang bentuk-bentuk perlindungan konsumen dalam undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen dan jual beli di media sosial instagram, sedangkan penulis fokus untuk melakukan penelitian dengan judul Perlindungan

Konsumen dalam Melindungi Konsumen terhadap Jual-beli Online Via Instagram Menurut Hukum Islam.

G. Metode Penelitian

Adapun metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

   Penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan (field research), yaitu pengumpulan data yang diperoleh di lapangan dengan mengadakan penelitian dan mengamati semua yang berkaitan dengan pembahasan ini. Dengan demikian penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatf, yaitu suatu proses penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan prilaku yang dapat diamati.

2. Lokasi Penelitian

   Lokasi atau daerah penelitian adalah di Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) di Bukittinggi.

3. Teknik Pengumpulan Data

   Dalam mengumpulkan data, penulis menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Wawancara yaitu proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dimana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan. Dalam wawancara ini yang di pakai adalah interview terpimpin yaitu interview yang dilakukan oleh pewawancara

dengan membawa sederetan pertanyaan lengkap dengan terperinci yang akan diajukan kepada majlis di BPSK dan kepada konsumen dalam jual-beli melalui instagram.

4. Teknik Analisis Data

   a. Induktif

      Adalah paragraf yang diawali dengan menjelaskan permasalahan-permasalahan khusus yang diakhiri dengan kesimpulan yang berupa pernyataan umum.

   b. Deduktif

      Adalah jens paragraf yang bermula dengan penjabaran tentang hal-hal umum kemudian menjurus ke hal khusus.

   c. Komperatif

      Adalah suatu hal yang bersifat dapat diperbandingkan dengan suatu hal lainnya.

H. Sistematika Penulisan

Untuk lebih jelas dan memudahkan para pembaca dan agar lebih terarahnya penulisan proposal ini. Adapun sistematika penulisannya dibagi empat Bab, dan pada tiap-tiap Bab dapat dirinci ke dalam beberapa sub Bab yang terdiri dari:

Bab I pendahuluan, yaitu terdiri dari latar belakang masalah, rumusan asalah, tujuan masalah, manfaat penelitian, penjelasan judul, tinjauan kepustakaan, metode penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II tinjauan pustaka, yang membahas tentang tinjauan umum hukum perlindungan konsumen yang terdiri dari: sejarah hukum perlindungan konsumen, pengertian perlindungan konsumen, hubungan antara konsumen dan pelaku usaha, tinjauan umum konsumen, tinjauan umum pelaku usaha, asas dan tujuan perlindungan konsumen.

Bab III yang membahas tentang perlindungan konsumen menurut hukum Islam, yaitu terdiri dari: sejarah perlindungan konsumen dalam Islam, dasar hukum perlindungan konsumen, prinsip perdagangan dalam Islam, prinsip perdagangan yang dilarang dalam Islam, tujuan perlindungan konsumen menurut hukum Islam, Hak dan kewajiban konsumen menurut hukum Islam, tanggung jawab pelaku usaha menurut hukum Islam, tanggung jawab perlindungan konsumen menurut hukum Islam.

Bab IV hasil penelitian, berisi tentang profil Badan Perlindungan Sengketa Konsumen Kota Bukittinggi, hasil Penelitian, Analisis tentang perlindungan konsumen dalam jual beli online via Instagtam menurut hukum Islam.

Bab V penutup, yaitu berisikan kesimpulan dan saran.

BAB II

TINJAUAN UMUM TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

A. Sejarah Hukum Perlindungan Konsumen

Berbicara mengenai hukum perlindungan konsumen tentu tidak lepas dari sejarah perkembangannya. Berikut adalah sejarah hukum perlindungan konsumen .

1. Sejarah Hukum Perlindungan Konsumen di Barat

Hukum perlindungan konsumen berkembang dimulai dari lahirnya gerakan perlindungan konsumen, yang disebut dengan era pertama pergerakan konsumen. Amerika serikat tercatat sebagai lembaga yang banyak memberikan sumbangan terhadap masalah mengenai perlindungan konsumen. Secara historis perlindungan konsumen diawali dengan adanya gerakan-gerakan konsumen di awal abad ke-19. Pada Tahun 1891 di New York terbentuk liga konsumen yang pertama kali dan pada tahun 1898 terbentuknya liga konsumen Nasional di Amerika

Serikat. Organisasi ini tumbuh dan berkembang dengan pesat, sehingga pada tahun 1903 Liga Konsumen Nasional di Amerika Serikat telah berkembang menjadi 64 cabang yang meliputi 20 negara bagian.[14]

Era kedua pergerakan konsumen di pentas Internasional terjadi sekitar tahun 1930-an. Para pendidik melihat pada urgensi pendidikan konsumen yang baik. Pada era ini telah dimulai pemeriksaan terhadap barang-barang yang akan di pasarkan kepada konsumen. Masyarakat telah angkat bicara tentang hak-hak konsumen, di antaranya dengan cara menulis beberapa buku.

Era ketiga dari pergerakan perlindungan konsumen terjadi pada tahun 1960-an. Era ini melahirkan satu cabang huum baru, yaitu hukum konsumen (*consumens law*). pada tanggal 19 Maret 1962 F. Kennedy menyampaikan *consumens message* di hadapan kongres Amerika Serikat, dan sejak itu dinaggap era baru perlindungan konsumen. Pesan tersebut didukung oleh mantan Presiden Amerika Serikat Lyndon Jhonson dan Richard Nixon.

Perhatian dan apresiasi yang besar terhadap Perlindungan Konsumen juga dilakukan oleh Jimmy Carter. Pandangan Carter terhadap isu perlindungan konsumen sebagai *a breath of frash air*. Sehingga Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani menyebutkan bahwa, Jimmy Carter

[14] Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen,* (Jakarta: Kencana, 2013), hal. 27

juga dapat dipandang sebagai pendekar perlindungan konsumen karena perhatian dan apresiasi yang besar.

Di negara lain selain Amerika Serikat, baik di Negara maju maupun di Negara berkembang, asper perlindungan terhadap hak-hak konsumen bangkit dan berkembang setelah era ketiga. Kendatipun sebelumnya telah lahir undang-undang yang berkaitan dengan perlindungan konsumen di beberapa negara tersebut.

Masyarakat Eropa menempuh melalui dua tahap program terkait dengan perlindungan konsumen, yaitu program pertama pada tahun 1973 dan program kedua pada tahun 1981.

Fokus program pertama, terkait dengan kecurangan produsen terhadap konsumen, seperti kontrak standar, ketentuan perkreditan, penjualan yang bersifat memaksa, kerugianakibat mengkonsumsi produk cacat, praktik iklan yang menyesatkan, serta jaminan setelah pembelian produk.

Fokus program kedua, terkait dengan penekanan kembali hak-hak dasar konsumen yang kemudian dilanjutkan mengeluarkan tiga kerangka acuan perlindungan konsumen. *Pertama,* produk yang dipasarkan harus memenuhi syarat standar kesehatan dan keselamatan konsumen. *Kedua,* konsumen harus dapat menikmati keuntungan dari pasar bersama dengan masyarakat Eropa. *Ketiga,* bahwa kepentingan konsumen harus selalu

diperhitungkan dalam setiap kebijakan yang dikeluaran masyarakat Eropa.[15]

2. Sejarah Perlindungan Konsumen di Indonesia

Perlindungan konsumen di Indonesia telah diatur sejak zaman pemerintahan Hindia Belanda. Hal tersebut dapat dilihat dari beberapa peraturan yang memilki keterkaitan dengan perlindungan konsumen

Setelah kemerdekaan hingga tahun 1999 Indonesia belum mengenal istilah perlindungan konsumen. Walaupun demikian pemerintah Indonesia tetap berusaha untuk membentuk undang-undang yang dapat mengakomodir kebutuhan mengenai perlindungan konsumen.[16]

B. Pengertian Perlindungan Konsumen

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pengertian perlindungan adalah hal melindungi atau memproteksi, sedangkan konsumen adalah pemakai hasil produksi seperti pakaian, makanan, dan sebagainya.

Perlindungan konsumen merupakan suatu masalah yang berkaitan dengan kepentingan manusia, oleh karena itu menjadi harapan bagi semua bangsa di dunia khususnya Indonesia untuk dapat mewujudkan

[15] Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*,...., hal. 27-31

[16] Mukti Fajar, *Hukum Perlindungan Konsumen dan Persaingan Usaha*, (Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2019), hal. 4

perlindungan hukum dan jaminan kepastian hukum terhadap konsumen yang merasa dirugikan agar dapat terpenuhinya hak-hak konsumen.[17]

Perlindungan konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen terhadap usaha untuk memenuhi kebutuhannya dari hal-hal yang merugikan konsumen itu sendiri.[18]

Di dalam Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen disebutkan bahwa, perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.[19]

Dengan adanya Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang merupakan hukum positif yang ada di Indonesia, maka hak-hak dan kepentingan konsumen menjadi terlindungi dan terjamin secara pasti. Kepastian hukum untuk dapat memberikan perlindungan hukum kepada konsumen tersebut adalah dilakukan dengan cara memberikan pendidikan bagi konsumen guna meningkatkan harkat dan martabatnya serta pelaku usaha yang membuka akses informasi secara jujur dan terbuka berkaitan

---

[17] Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen,* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015), hal. 5

[18] Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen,*...., hal. 21

[19] Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 1 angka (1)

dengan kondisi bahkan jaminan atas barang atau jasa yang diperdagangkan kepada konsumen.[20]

Mochtar kusumaatmadja memberikan definisi hukum perlindungan konsumen adalah keseluruhan asas-asas serta kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara satu pihak dengan yang lainnya dan berkaitan dengan barang atau jasa konsumen di dalam pergaulan hidup masyarakat. Selain itu definisi lain dari hukum perlindungan konsumen adalah semua asas-asas atau kaidah-kaidah hukum yang mengatur hungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang dan atau jasa konsumen di dalam pergaulan hidup.[21]

Menurut Az. Nasution bahwa hukum perlindungan konsumen adalah bagian dari hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur dan mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen. Sedangkan hukum konsumen merupakan kaidah-kaidah atau asas-asas hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang dan atau jasa konsumen di dalam pergaulan hidup.[22]

C. Hubungan Antara Konsumen Dan Pelaku Usaha

[20] Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*,...., hal. 6

[21] Mukti Fajar, *Hukum Perlindungan Konsumen dan Persaingan Usaha*,...., hal. 6-7

[22] Nurmasyithahziauddin, Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen Pada Transaksi Jual Beli Online, *Jurnal Hukum*, Vol. 2, No. 1, April 2017, hal. 111

Secara umum dan mendasar, hubungan antara produsen (perusahaan penghasil barang dan/atau jasa) dengan konsumen (pemakai akhir dari barang dan/atau jasa untuk dirinya sendiri atau keluarganya) merupakan hubungan yang terus-menerus dan berkesunambungan. Hubungan tersebut terjadi karena keduanya memang saling menghendaki dan mempunyai tingkat ketergantungan yang cukup tinggi antara satu dengan yang lainnya.[23]

Produsen sangat membutuhkan dan sangat bergantung atas dukungan konsumen sebagai pelanggan. Tanpa dukungan konsumen tidak mungkin produsen dapat terjamin kelangsungan usahanya. Sebaliknya kebutuhannya sangat bergantung dari hasil produksi produsen.

Saling ketergantungan karena kebutuhan tersebut dapat menciptakan berkelanjutan terjadi sejak proses produksi, distribusi pada pemasaran dan penawaran. Rangkaian kegiatan tersebut merupakan rangkaian perbuatan dan perbuatan hukum yang tidak mempunyai akibat hukum dan yang mempunyai akibat hukum baik terhadap semua pihak maupun hanya terhadap pihak tertentu saja. Hal tersebut secara sistematis dimanfaatkan oleh produsen oleh produsen dalam suatu sistem distribusi dan pemasaran produk barang guna mencapai tingkat produktivitas dan efektivitas dalam rangka mencapai sasaran usaha. Sampai pada tahap hubungan penyaluran atau distribusi tersebut menghasilkan suatu hubungan yang sifatnya massal, yakni adanya permintaan yang meningkat dari masyarakat sehingga produsen di tuntut untuk meningkatkan produktivitasnya. Karena sifatya

[23] Celina Trisiwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen,* (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hal. 9

massal tersebut, maka peran negara sangat dibutuhkan dalam rangka melindungi kepentingan konsumen pada umumnya. Untuk itu perlu diatur perlindungan konsumen berdasarkan undang-undang antara lain menyangkut mutu barang, cara produser produksi, syarat kesehatan, sayrat pengemasan, syarat lingukungan, dan sebagainya. [24]

D. Tinjauan Umum Konsumen

1. Pengertian konsumen

Yang dimaksud dengan 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.

”Inesentius Samsul menyebutkan konsumen adalah pengguna atau pemakai akhir suatu produk, baik sebagai pembeli maupun diperoleh melalui cara lain, seperti pemberian, hadiah, dan undangan. Mariam Darus Badrul Zaman mendefinisikan konsumen dengan cara menambil alih pengertian yang digunakan oleh kepustakaan Belanda yaitu: “Semua individu yang menggunakan barang dan jasa secara konkrit dan riil”.[25]

“kendatipun Anderson dan Krumpt menyatakan kesulitannya untuk merumuskan definisi konsumen, namun para ahli hukum pada umumnya

[24] Celina Trisiwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen,....*, hal. 9-10

[25] Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen,....*, hal. 16

sepakat bahwa arti konsumen adalah pemakai terakhir dari benda dan/atau jasa yang diserahkan kepada mereka oleh pengusaha".[26]

Selain pengeritan-pengertian konsumen menurut para ahli hukumdi atas, pengertian konsumen jug dapat ditemukan pada Pasal 1 angka 2 dalam UUPK yang menyatakan bahwa konsumen adalah "setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia di dalam masyarakat, baik bagi kepentingan sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan".

Berdasarkan dari beberapa pengertian konsumen yang telah dikemukakan di atas, maka konsumen dapat dibedakan kepada tiga batasa, yaitu:[27]

a. Konsumen komersial *(commercial consumer)*, adalah setiap orang yang menddapatkan barang dan/atau jasa yang digunakan untuk meproduksi barang da/atau jasa lain dengan tujuan mendapatkan keuntungan.
b. Konsumen antara *(intermmediate consumer)*, adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa yang digunakan untuk diperdagangkan kembali juga dengan tujuan mencari keuntungan.
c. Konsumen akhir *(ultimate consumer)*, adalah setiap orang yang mendapatkan dan menggunakan barang dan/atau jasa dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan kehidupan pribadi, keluarga, orang lain,

[26] Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen,....*, hal. 16

[27] Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen,....*, hal. 17-18

dan makhluk hidup lainnya dan tidak untuk diperdagangkan kembali dan/atau untuk mencari keuntungan kembali.

Adapun unsur-unsur yang terdapat dalam pengertian konsumen adalah:[28]

a. Setiap orang

   Subjek yang disebut dengan konsumen berarti orang yang berstatus sebgai pemakai barang dan/atau jasa. Istilah "orang" sebetulnya menimbulkan keraguan, apakah hanya orang individual yang lazim atau termasuk juga badan hukum. Hal ini berbeda dengan pengertian yang diberikan untuk "pelaku usaha" dalam Pasal 1 angka 3 UUPK, yang membedakan kedua pengertian *persoon* di atas, dengan menyebutkan kata-kata: "orang perseorangan atau badn usaha". Tentu yang paling tepat tidak membatasi pengertian konsumen itu sebatas pada orang perseorangan. Namun, konsumen harus mencakup juga badan usaha dengan makna lebih luas daripada badan hukum.

b. Pemakai

   Sesuai dengan penjelasan dari Pasal 1 angka 2 UUPK, kata "pemakai" menekan, konsumen adalah konsumen akhir. Konsumen tidak sekedar pembeli *(buyer)* tetapi semua orang (perorangan atau badan usaha) yang mengkonsumsi barang dan/atau jasa.

[28] Celina Trisiwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen,....*, hal. 27

c. Barang dan/atau Jasa

Berkaitan dengan istilah barang dan/atau jasa, yang ditentukan oleh UUPK diganti dengan kata Produk. UUPK mengartikan barang sebagai setiap benda, baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud, bergerak maupun tidak bergerak, baik dapat diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.

d. Yang Tersedia dalam Masyarakat

Barang dan/atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat sudah harus tersedia di pasaran. Dapat dilihat dari rumusan Pasal 9 ayat (1) huruf e UUPK. Dalam perdagangan yang makin kompleks dewasa ini, syarat itu tidak mutlak lagi dituntut oleh masyarakat konsumen. Misalnya, perusahaan pengembang *(deverloper)* perumahan, sudah bisa mengadakan transaksi terlebih dahulu sebelum bangunannya jadi. Bahkan, untuk jenis-jenis transaksi konsumen tertentu, seperti *futures trading,* keberadaan barang yang diperjual belikan bukan sesuatu yang diutamakan.

e. Bagi Kepentingan Diri Sendiri, Keluarga, Orang Lain, Makhluk Hidup Lain

Unsur yang diletakkan dalam defenisi itu mencoba untuk memperluas pengertian kepentingan. Kepentingan ini tidak sekedar ditujukan untuk diri sendiri dan keluarga, tetapi juga barang dan/atau jasa itu

diperuntukkan bagi orang lain (di luar diri sendiri dan keluarga), bahkan untuk makhluk hidup lain seperti hewan dan tumbuhan.

f. Barang dan/atau Jasa itu tidak untuk Diperdagangkan

Pengertian konsumen dalam UUPK dipertegas, yakni hanya konsumen akhir. Batasan itu sudah biasa dipakai dalam peraturan perlindungan konsumen di berbagai negara. Secara teoritis hal demikian terasa cukup baik untuk mempersempit ruang lingkup pengertian konsumen, walaupun dalam kenyataannya, sulit menetapkan batas-batas seperti itu.

2. Hak dan Kewajiban Konsumen

Pada dasarnya konsumen dan pelaku usaha memiliki hubungan yang saling ketergantungan dan saling membutuhkan sehingga sudah seharusnya kedudukan konsumen dan pelaku usaha berada pada kondisi yang seimbang. Namun dalam kenyataannya, kondisi konsumen di Indonesia apabila diperhatikan maka tampak bahwa posisi konsumen masih sangat lemah bila dibandingkan dengan posisi produsen.[29]

Kondisi seperti ini, pada satu sisi menguntungkan konsumen, karena kebutuhan terhadap barang dan atau jasa yang diinginkan dapat tepenuhi dengan beragam pilihan. Namun pada sisi lain, fenomena tersebut menempatkan kedudukan konsumen terhadap produsen menjadi tidak seimbang, dimana konsumen berada pada posisi yang lemah. Karena konsumen menjadi objek aktifitas bisnis untuk meraup

[29] Ahmad Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen,* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), hal. 41

keuntungan yang besar melalui kiat promosi dan cara penjualan yang merugikan konsumen.[30]

Masing-masing konsumen mempunyai hak dan kewajiban. Presiden Jhon F. Kennedy mengemukakan empat hak konsumen yang harus dilindung yaitu:[31]

a. Hak memperoleh keamanan

   Hak aspek ini ditujukan pada perlindungan konsumen dari pemasaran barang dan atau jasa yang membahayakan keselamatan konsumen. Pada posisi ini, intervensi, tanggung jawab dan peran pemerintah dalam rangka menjamin keselamatan dan dan keamanan konsumen.

b. Hak memilih

   Hak memilih merupakan hak prerogratif konsumen apakah ia membeli atau tidak membeli suatu barang atau jasa. Oleh karena itu tanpa ditunjang oleh hak untuk mendapatkan informasi yang jujur, tingkat pendidikan yang patut dan penghasilan yang memadai maka hak ini tidak akan banyak artinya.

c. Hak mendapat informasi

   Hak ini mempunyai arti yang sangat fundamental bagi konsumen bila dilihat dari sudut kepentingan dan kehidupan ekonominya. Setiap keterangan mengenai suatu barang yang akan dibeli atau akan mengikat diri konsumen, haruslah diberikan selengkap mungkin dan

[30] Gunawan Wijaya dan Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen,* (Jakarta: Gramedia, 2003), hal. 12

[31] Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen,....*, hal. 47-48

dengan penuh kejujuran. Informasi baik secara langsung maupun secara umum melalui berbagai media komunikasi seharusnya disepakati bersama agar tidak menyesatkan atau merugikan konsumen.

d. Hak untuk di dengar

Hak ini dimaksudkan untuk menjamin konsumen bahwa kepentingannya harus diperhatikan dan tercermin dalam kebijaksanaan pemerintah, termasuk turut didengar dalam kebijaksanaan tersebut. Selain itu konsumen juga harus didengar segala keluhannya dan harapnnya dalam mengkonsumsi barang dan atau jasa yang dipasarkan produsen.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen telah mengatur mengenai hak-hak dan apa saja yang menjadi kewajiban konsumen. menurut pasal 4 ada Sembilan hak dari konsumen, delapan diantaranya hak eksplisit diatur dalam undang-undang perlindungan konsumen dan satu hak lainnya diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya. Hak-hak tersebut adalah:

1. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan atas barang dan jasa;
2. Hak untuk memilih barang dan jasa;
3. Hak mendapatkan informasi yang benar, jelas dan jujur atas barang dan jasa;
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya;

5. Hak untuk mendapatkan bantuan hukum (advokasi), perlindungan dan penyelesaian sengketa;
6. Hak dalam pembinaan dan pendidikan konsumen;
7. Hak untuk diberlakukan dengan secara benar, jujur dan tidak diskriminatif;
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi atas barang atau jasa yang merugikan;
9. Hak-hak yang ditentukan dalam perundang-undangan lain.[32]

Sedangkan kewajiban konsumen sebagaimana ditentukan dalam Pasal 5 UUPK adalah sebagai berikut:

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

E. Tinjauan Umum Pelaku Usaha

1. Pengertian Pelaku Usaha

Pengertian pelaku usaha dapat ditemukan dalam Pasal 1 Angka 3 UUPK disebutkan pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan

[32] Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pasal 4

hukum yang didirikan dan kedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.[33]

Sudah sangat lazim di era globalisasi ini pelaku usaha asing melakukan kegiatan usaha di wilayah Indonesia. Namun tentu saja hukum Indonesia harus melindungi warga negaranya. Misalnya dalam hal konsumsi barang-barang impor disyaratkan perusahaan importir terdaftar untuk dapat berdagang di Indonesia. Hal ini bertujuan untuk mempermudah memperoleh tanggung jawab dari pelaku usaha apabila terdapat hal-hal yang menyimpang dan merugikan konsumen Indonesia. Demikian juga dengan pemegang lisensi asing, mereka harus memiliki perwakilan di Indonesia sehingga jaminan kaulitas akan dipertanggung jawabkan pemegang lisensi terebut di Indonesia.[34]

2. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Hak-Hak Pelaku Usaha dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen diatur dalam Pasal 6. Hak-hak tersebut meliputi :

1. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai;

[33] Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 1 angka 3

[34] Nanda Azka Fuady, *Peran Badan Pengawas Obat Tradisional Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindugan Konsumen,* (Bukittinggi: UMSB,2019) , hal. 27

2. Kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
3. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
4. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
5. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
6. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundangundangan lainnya.[35]

Adapun kewajiban pelaku usaha menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindugan Konsumen diatur dalam Pasal 7. Adapun kewajiban pelaku usaha yang dimaksud 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;

[35] Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pasal 6

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 dterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.idak diskriminatif;[36]

Dalam UUPK pelaku usaha diwajibkan beriktikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, sedangkan bagi konsumen diwajibkan beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa. Dalam UUPK iktikad baik lebih ditekankan oleh pelaku usaha karena meliputi semua tahapan dalam melakukan kegiatan usahanya, sehingga dapat diartikan bahwa kewajiban pelaku usaha untuk beriktikad baik dimulai sejak barang dirancang/ diproduksi sampai pada tahap penjualan, sebaliknya konsumen hanya diwajibkan untuk beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa. Hal ini tentu saja disebabkan oleh kemungkinan terjadinya kerugian bagi konsumen terjadinya kerugian bagi konsumen dimulai sejak barang dirancang oleh produsen (pelaku usaha), sedangkan bagi konsumen, kemungkinan untuk

[36] Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pasal 7

dapat merugikan produsen dimulai pada saat melakukan transaksi dengan produsen.[37]

Tentang kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan, disebabkan karena informasi yang tidak memadai, yang akan merugikan konsumen.[38]

F. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Satjipto Rahardjo menegaskan bahwa, pentingnya kedudukan hukum dalam tatanan masyarakat, menyebabkan dalam pembentukannya peraturan hukum tidak bisa terlepas dari asas hukum, karena asas hukum adalah landasan utama dalam pembentukan hukum juga disebut titik tolak dalam pembentukan dan interpretasi undang-undang tersebut.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen di Indonesia, terdapat beberapa asas yang mendasarinya. Asas-asas tersebut dapat ditemukan dalam Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Adapun asas-asas yang dimaksud adalah:

1. Asas Manfaat

   Asas manfaat mengandung amanat bahwa segala bentuk upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha

[37] Celina Trisiwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen,...* hal. 44

[38] Celina Trisiwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen,...* hal. 44

secara keseluruhan. Oleh karena itu pengaturan undang-undang perlindungan konsumen tidak berpihak hanya pada satu sisi yaitu sisi konsumen. Asas ini menghendaki bahwa pengaturan dan penegakan hukum perlindungan konsumen tidak dimaksudkan untuk menempatkan salah satu pihak diatas pihak lain atau sebaliknya, tetapi adalah untuk memberikan masing-masing pihak, yaitu produsen dan konsumen.

2. Asas keadilan

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

3. Asas keseimbangan

   Asas keseimbangan adalah untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materil dan spiritual. Asas ini menghendaki agar konsumen, pelaku usaha dan pemerintah memperoleh manfaat yang seimbang dari peraturan dan penegakkan hukum perlindungan konsumen.

4. Asas Keamanan

   Asas keamanan dan keselamatan bertujuan untuk menjamin keselamatan dan keamanan konsumen dalam menggunakan, memakai dan memanfaatkan barang dan/atau jasa yang di konsumsi dan digunakan. Sehingga konsumen akan memperoleh manfaat dari produk yang di konsumsi/ dipakainya, dan juga produk yang digunakan tidak akan

memberi ancaman yang dapat mengganggu ketenteraman dan keselamatan jiwa dan harta dari konsumen.

5. Asas Kepastian Hukum

   Yang dimaksud dengan asas kepastian hukum yaitu agar seluruh pihak baik konsumen maupun pelaku usaha patuh terhadap undang-undang ini dan mendapatkan keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen serta negara menjamin kepastian hukum. Artinya undang-undang ini mengharapkan bahwa aturan-aturan tentang hak dan kewajiban yang terkandung di dalam undang-undang ini harus diwujudkan dalam kehidupan sehari-hari sehingga masing-masing pihak memperoleh pengadilan.[39]

Tujuan hukum perlindungan konsumen antara lain adalah untuk mengangkat harkat kehidupan konsumen, maka untuk maksud tersebut berbagai hal yang membawa akibat negatif dari pemakaian barang dan/atau jasa hatus dihindari dari aktifitas perdagangan pelaku usaha.[40]

Hukum perlindungan konsumen dewasa ini mendapat cukup perhatian karena menyangkut aturan-aturan guna mensejahterkan masyarakat, bukan saja masyarakat selaku konsumen saja yang mendapat perlindungan, namun pelaku usaha juga mempunyai hak yang sama untuk mendapatkan perlindungan, masing-masing ada hak dan kewajiban. Pemerintah berperan

[39] Mukti Fajar, *Hukum Perlindungan Konsumen dan Persaingan Usaha,....*, hal. 9-11

[40] Ahmdi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen,* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), hal. 63

mengatur, mengawasi, da mengontrol, sehingga tercipta sistem yang kondusif saling berkaitan satu dengan yang lain dengan demikian tujuan mensejahterakan masyarakat secara luas dapat tercapai.[41]

Berbicara mengenai tujuan perlindungan konsumen, dapat ditemukan dalam pasal 3 undang-undang perlindungan konsumen diuraikan bahwa tujuan perlindungan konsumen adalah:

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

[41] Celina Trisiwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen,...* hal. 1

7. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.[42]

[42] Mukti Fajar, *Hukum Perlindungan Konsumen dan Persaingan Usaha,....*, hal. 12

BAB III

PERLINDUNGAN KONSUMEN MENURUT HUKUM ISLAM

Islam merupakan agama yang menjunjung tinggi nilai-nilai etika dan moral, termasuk dalam masalah ekonomi. Islam mengatur perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhannya, Islam mengatur bagaimana manusia dapat melakukan kegiatan-kegiatan dalam bisnis yang membawa manusia berguna bagi kemaslahatan. Berdasarkan hal itu, Islam turut memberikan jalan bagi manusia untuk melakukan berbagai improvisasi dan inovasi melalui sistem dan teknik dalam perdagangan.

A. Sejarah Perlindungan Konsumen Dalam Islam

Sebelum Islam datang, Mekkah telah menjadi pusat perhatian seluruh kabilah Jazirah Arab karena adanya ka'bah dan suku Quraisy yang berdomisili di Mekkah dokenal sebagai penjaga ka'bah yang merupakan tempat yang suci bagi bangsa Arab. Suku Quraisy mendapatkan keuntungan yang besar karena status mereka sebagai pemelihara ka'bah, terutama dalam hal perdagangan.[43]

Keuntungan suku Quraisy tersebut dipetik dalam skala yang lebih besar, yakni terjadinya hubungan politik ekonomi dan perdagangan yang lebih luas. Hal ini dibuktikan dengan terbitnya perizinan perjalanan dan

[43] Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen,* (Jakarta: Kencana, 2013), hal. 37-38

jaminan keamanan berdagang bagi suku Quraisy dari penguasa negara-negara tetangga, yaitu Irak, Syiria, Yaman dan Etiopia.

Pada saat itu mekah telah mencapai kesuksesan yang sangat mencengangkan, kota itu berubah menjadi pusat perdagangan internasional.

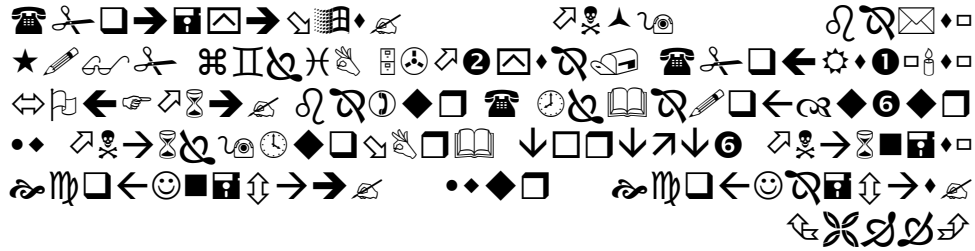
Keberhasilan bangsa Quraisy dalam perdagangan bukan tanpa alasan, dalam *The Wealth of Nations,* Adam Smith yang di anggap sebagai bapak Ilmu Ekonomi, mengutip buku *Doctor Pocock,* yang menceritakan bahwa ketika para pedagang Muslim akan memasuki suatu kota untuk berdagang, mereka akan mengundang orang-orang yang lewat, termasuk orang miskin untuk makan bersama. Demikianlah kiat para pedagang Muslim memelihara kepentingan bisnisnya, yakni dengan bermurah hati dan sambutan yang hangat.

Secara historis, sejarah perlindungan konsumen dalam Islam telah di mulai pada saat Muhammad (sebelum diangkat menjadi Rasulullah) membawa barang dagangan Khadijah binti Khuwailid dengan mendapatkan imbalan atau upah. Kendatipun tidak banyak literatur yang berbicara tentang aspek perlindungang konsumen pada saat perdagangan yang dilakukan oleh Rasulullah, namun kita dapat menemukan prinsip-prinsip perlindungan konsumen dari praktik perdagangan yang dilakukan oleh Rasulullah.

Kejujuran, keadilan dan integritas Rasulullah tidak diragukan lagi oleh penduduk Mekkah, sehingga potensi tersebut meningkatkan reputasi dan kemampuannya dalam perdagangan barang dagangan Khadijah. Karena

kejujuran dan prestasinya tersebut, Rasulullah berhasil menjual barang dagangan Khadijah dengan mendapatkan keuntungan yang lebih banyak dibandingkan dengan yang dilakukan oleh orang yang sebelumnya.

Setelah Nabi Muhammad diangkat menjadi Rasul, konsumen juga mendapat perhatian dalam ajaran Islam, baik dalam Al-Qur'an maupun hadist. Perdagangan yang adil dan jujur menurut Al-Qur'an adalah perdagangan yang tidak menzhalimi dan tidak pula di zhalimi. Allah berfirman dalam surat Al-Baqarah(2) ayat 279 yang berbunyi:



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

Sepintas ayat ini memang berbicara tentang riba, tetapi secara implisit mengandung pesan-pesan perlindungan konsumen. Di akhir ayat tersebut disebutkan tidak menganiaya dan tidak pula dianiaya (tidak menzalimi dan tidak pula dizalimi). Dalam konteks perdagangan tentu saja potongan akhir ayat tersebut mengandung perintah perlindungan konsumen, bahwa antara pelaku usaha dan konsumen dilarang untuk saling menzalimi atau menganiaya.

Konsep ekonomi dan perdagangan dalam Islam harus dilandasi dengan nilai-nilai dan etika yang menjunjung tinggi kejujuran dan keadilan bisnis. Fakta menunjukkan bahwa Rasulullah telah banyak memberikan contoh dalam melakukan perdagangan secara adil dan jujur. Selain itu rasulullah telah meletakkan prinsip-prinsip yang mendasar tentang pelaksanaan perdagangan yang adil dan jujur. Salah satu prinsip yang diletakkan Rasulullah adalah berkaitan dengan mekanisme pasar, dalam transaksi perdagangan kedua belah pihak dapat saling menjual dan membeli barang secara ikhlas tanpa ada campur tangan, intervensi dan paksaan dalam harga.[44]

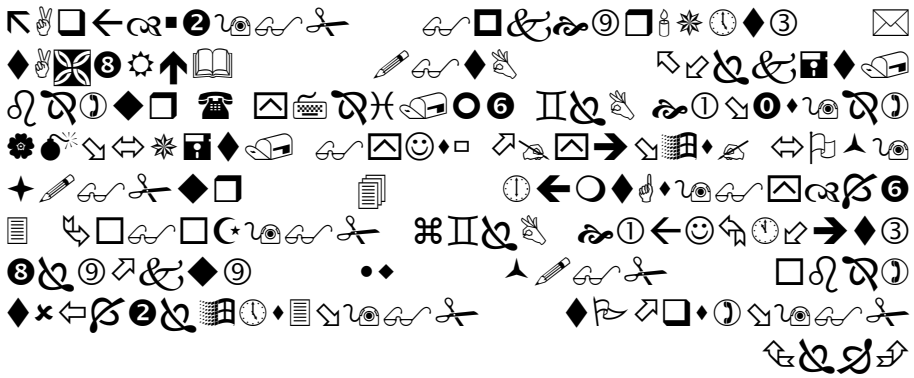
B. Dasar Hukum Perlindungan Konsumen dalam Islam

1. Al-Qur'an

Pelaksanaan perekonomian dalam Islam sepenuhnya berdasarkan ajaran yang terkandung di dalam al-Qur'an, sunnah Rasul SAW dan ajaran yang dilaksanakan sahabat. Dengan adanya perlindungan hukum maka diharapkan kehidupan masyarakat harus baik, aman dan terhindar dari tindakan yang merugikan. Sebagaimana Allah berfirman dalam al-Qur'an surat al-Maidah ayat 67:[45]

[44] Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen,....,* hal. 41-42

[45] Haifa Nadira, *Perlindungan Konsumen Menurut Hukum Islam: Studi Kasus Terhadap Pertanggunan Ganti Rugi Doorsmeer Banda Aceh,* (Banda Aceh: UIN Ar-Raniry,2018), hal. 19-20



"Hai rasul, sampaikanlah apa yang diturunkan kepadamu dari Tuhanmu. dan jika tidak kamu kerjakan (apa yang diperintahkan itu, berarti) kamu tidak menyampaikan amanat-Nya. Allah memelihara kamu dari (gangguan) manusia. Sesungguhnya Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang yang kafir"

Ayat di atas mengingatkan Rasulullah agar menyampaikan ajaran agama kepada ahlu Kitab tanpa menghiraukan ancaman mereka, yang mana Allah SWT berjanji memelihara Rasulullah dari gangguan dan tipu daya orang-orang Yahudi dan Nasrani. Dengan kata lain, ayat ini berbicara tentang perlindungan yang diberikan Allah kepada mereka yang menyampaikan ajaran agama Allah SWT untuk merealisasikan kemaslahatan manusia.

2. Hadist

Islam juga memiliki prinsip dalam hal melindungi kepentingan manusia, sebagaimana sabda Rasulullah SAW yang menyatakan:[46]

عَنْ أَبِيْ سَعِيْدٍ سَعْدُ بْنِ سِنَانِ الخُدْرِيْ رَضِيَ اللهُ عَنْهُ أَنَّ رَسُوْلُ اللهِ صلى الله عليه وسلم قَالَ: لَاضَرَرَوَلَاضِرَارَ (رواه إبن ماجه والدارقطنى)

[46] Haifa Nadira, *Perlindungan Konsumen Menurut Hukum Islam: Studi Kasus Terhadap Pertanggunan Ganti Rugi Doorsmeer Banda Aceh,....*, hal. 20-21

"Dari Abu Sa'id Sa'd bin Sinan al-Khudri ia berkata: sesungguhnya Rasulullah SAW bersabda: "Tidak boleh melakukan perbuatan yang memudharatkan dan tidak boleh membalas kemudharatan dengan cara yang salah". (HR. Ibnu Majah dan al-Daruquthni)

Maksud hadist diatas adalah sesama pihak yang berserikat hendaknya saling menjaga hak dan kewajiban masing-masing, sehingga tidak terjadinya kecurangan-kecurangan yang dapat mengakibatkan kerugian sebelah pihak yang melakukan perserikatan tersebut.

Hal yang paling penting adalah bagaimana sikap pelaku usaha agar memberikan hak-hak konsumen yang seharusnya pantas diperoleh, serta menyadari apa yang menjadi kewajibannya. Dengan saling menghormati apa yang menjadi hak dan kewajiban masing-masing. Maka akan terjadi keseimbangan sebagaimana yang diajarkan dalam ekonomi Islam.

C. Prinsip-Prinsip Perdagangan dalam Islam

Prinsip perdagangan atau perniagaan sebenarnya sudah banyak di jelaskan di dalam al-Qur'an maupun Sunnah Rasulullah SAW antara lain:[47]

1. Larangan sumpah palsu

Dalam berdagan atau berbisnis, kita dilarang menggunakan sumpah palsu demi terjualnya barang-barang dagangannya. Hal ini dijelaskan dalam sabna Nabi SAW :

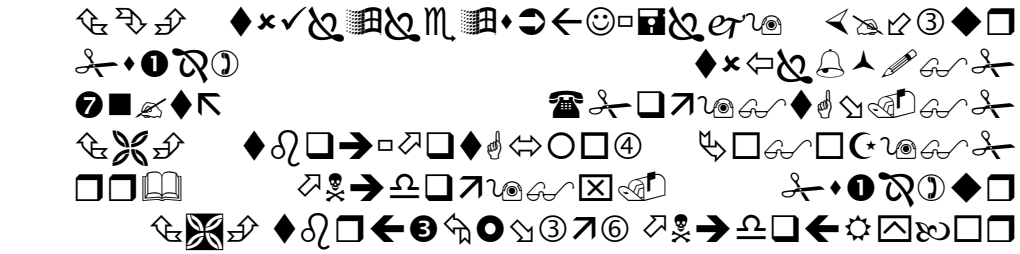
[47] Khumedi Jafar, *Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Bisnis Islam,*Vol. 6 No. 1 Januari 2014, hal.101

اَلْحَلَفُ مَنْفَعَةٌ لِلسِّلْعَةِ هَمْحِقَةٌ لِلْبَرَكَةِ (رواه البخار ومسلم)

"bersumpah palsu dapat mempercepat lakunya barang dagangan, tetapi dapat menghilangkan berkah (yang terkandung didalamnya)".

2. Takaran yang benar

Dalam perdagangan atau bisnis, nilai timbangan dan ukuran yang tepat dan standar benar-benar harus diutamakan, artinya kita tidak boleh mengurangi atau melebihkan timbangan atau takaran. Hal ini sebagaimana dalam firman Allah sebagai berkut:



"Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang. (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, Dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi."

3. Itikad baik

Dalam berdagang itikad baik merupakan hakikat dari bisnis itu sendiri artinya dalam berbisnis hendaklah didasarkan pada i'tikad dan tujuan yang baik, sehingga menguntungkan semua pihak tanpa merugikan salah satu pihak. I'tikad baik juga dapat menimbulkan hubungan yang baik dalam usaha. Oleh karena itu Islam menganjurkan apabila melakukan transaksi sebaiknya dinyatakan secara tertulis dengan menjelaskan rukun dan syarat-syaratnya.

Berkaitan dengan prinsip-prinsip tersebut di atas lebih jauh Hamzah Ya'cub merincikan prinsip-prinsip moral dagang dalam Islam antara lain[48]:

1. Jujur dalam takaran
2. Menjual barang yang halal
3. Menjual barang yang baik mutunya
4. Tidak boleh menyembunyikan barang yang cacat dan tidak boleh main-main sumpah
5. Longgar dan bermurah hati
6. Tidak boleh menyaingi kawan, atau melarang kawan dengan cara tidak benar
7. Mencatat utang piutang, maksudnya bahwa dalam transaksi utang piutang hendaklah dictar atau ditulis pihak yang memberi utang, pihak yang berutang, waktu terjadinya utang dan waktu pengembaliannya.
8. Mengeluarkan zakat 2,5 persen sebagai pembersih harta
9. Larangan riba, maksudnya bahwa kita dilarang mengambil manfaat dari suatu harta secara harta tidak benar, karena hal itu termasuk riba.

[48] Khumedi Jafar, *Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Bisnis Islam*,...., hal. 101-102

D. Prinsip Perdagangan yang Dilarang dalam Islam

Prinsip perdagangan yang dilarang oleh Rasulullah pada masa pemerintahan Rasulullah di Madinah yaitu:[49]

1. Talaqqi Rukban

   Talaqqi Rukban adalah mencegat pedagang yang membawa barang dari tempat produksi sebelum sampai ke pasar. Rasulullah melarang tindakan ini dengan alasan untuk menghindari ketidaktahuan konsumen atau produsen tentang harga.

2. Gisyah

   Gisyah adalam menyembunyikan cacat barang yang dijual, bisa juga dengan mencampurkan produk cacat kedalam barang yang berkualitas tinggi, sehingga konsumen akan mengalami kesulitan untuk mengetahui secara tepat kualitas barang yang diperdagangkan, dengan demikian penjual akan mendapatkan harga yang tinggi untuk barang yang cacat atas kualitas buruk.

3. Perdagangan Najasy

   Perdagangan najasy adalah praktek perdagangan dimana seseorang berpura-pura sebagai pembeli yang menawar tinggi harga barang disertai

[49] Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen,....*, hal. 42-43

pujian kualitas secara tidak wajar dengan tujuan untuk menaikkan harga barang.

4. Produk Haram

   Produk haram adalah memperdagangkan barang-barang yang telah dilarang dan diharamkan oleh al-qur'an dan sunnah. Hal ini tentu saja sangat berkaitan dengan keselamatan konsumen dengan membeli barang dagangan tersebut baik keselamatan jasmani maupun keselamatan rohani.

5. Riba

   Riba adalah pengambilan tambahan dalam transaksi jual-beli maupun simpan pinjam yang berlangsung secara zalim dan bertentang dengan prinsip muamalah secara Islami.

6. Tathfif

   Tathfif adalah tindakan yang mengurangi timbangan atau takaran barang yang akan dijual, tentu saja hal seperti ini akan merugikan konsumen.

Dari prinsip-prinsip perdagangan yang dilarang di atas dapat disimpulkan bahwa prinsip perdagangan yang diajarkan oleh Rasulullah SAW mengandung nilai-nilai perlindungan terhadap hak-hak konsumen, sekalipun pada saat itu belum mengenal terminologi konsumen. Karena itu, kejujuran, keadilan, dan transparasi merupakan pondasi ajaran Islam dalam perdagangan. Uraian diatas juga membuktikan bahwa sebelum bangsa barat dan dunia modern mengenal perlindungan konsumen, Islam telah

mengimplementasikan nilai-nilai dan prinsip-prinsip perlindungan konsumen tersebut dalam tataran praktis.[50]

E. Tujuan Perlindungan Konsumen menurut Hukum Islam

Perlindungan konsumen merupakan hal yang sangat penting dalam hukum Islam. Karena Islam melihat bahwa perlindungan konsumen bukan sebagai hubungan keperdataan saja, melainkan menyangkut kepentngan publik secara luas, bahkan menyangkut hubungan manusia dengan Allah SWT.[51]

Tujuan dari perlindungan konsumen menurut hukum Islam berbeda dengan tujuan dan asas –asas dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Menurut hukum Islam tujuan perlindungan konsumen adalah mewujudkan kemaslahatan bagi seluruh umat manusia, sedangkan tujuan dari perlindungan konsumen telah dijelaskan dalam Pasal 3 UUPK. Asas-asas perlindungan konsumen dalam islam atau dalam kegiatan ekonomi menempatkan asas yang paling tertinggi yaitu yang mengesakan Allah SWT yang melahirkan asas *Istikhlaf* yang berarti segala sesuatu merupakan titipan semata dari Allah SWT dan *Al-Ihsan* yang berarti melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan pada orang lain tanpa ada kewajiban tertentu yang mengharuskan untuk melaksanakan perbuatan tersebut.

---

[50] Nurhalis, *Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999,* Jurnal Hukum, Vol. 3, No. 9, Desember 2015, hal. 527

[51] Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen,....*, hal. 24

Dari ketiga asas yang telah dijelaskan, dilahirkan asas-asas yang lain yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dalam Islam yaitu mengemban amanah (Al-amanah), jujur (Ash-shiddiq), adil (Al-'adl), hak untuk memilih dalam bertransaksi (Al-khiyar), tolong menolong (At-ta'wun), kerelaan dari semua pihak terkait (At-taradhin) dan asas keamanan dan keselamatan.[52]

F. Hak dan Kewajiban Konsumen Menurut Hukum Islam

Hak dan kewajiban bagi konsumen diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) Pasal 4 dan Pasal 5 mempunyai sedikit perbedaan dengan hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha dalam islam antara lain:[53]

1. Hak konsumen maupun pelaku usaha tidak bersifat mutlak dan ditentukan oleh *syara'*
2. Hak informasi yang diterima konsumen selain menyangkut kualitas dan kuantitas juga termasuk informasi kehalalan
3. Hak konsumen dalam kebebasan memilih barang, selain dikut dengan nilai tukar juga mempertimbangkan hak orang lain yang terlebih dahulu melakukan penawaran terhadap suatu produk.

[52] Nurhalis, *Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999,* Jurnal hukum, Vol. 3, No. 9, Desember 2015, hal. 529

[53] Muhammad Yusri, 'Kajian Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam" , *Jurnal Hukum*, Vol. 5, Tahun 3, Juli-Desember 2009

4. Kewajiban pelaku usaha dalam beritikad baik dimulai sejak barang dirancang sampai tahap purna penjualan.
5. Kewajiban bagi konsumen dalam beritikad baik dimulai sebelum transaksi maupun saat transaksi.

Dalam Islam hukum perlindungan konsumen mengacu kepada halal dan haram, serta keadilam ekonomi berdasarkan nilai-nilai dan prinsip-prinsip dalam ekonomi Islam. Aktifitas ekonomi Islam dalam perlindungan konsumen meliputi perlindungan terhadap zat, proses produksi, distribusi, tujuan produksi, hingga pada akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa tersebut. Maka dalam ekonomi Islam barang dan/atau jasa dalam zatnya dapat menjadi haram ketika cara memproduksi dan tujuan mengkonsumsinya melanggar ketentuan-ketentuan *syara'*.

Karena itu pula, tujuan konsumen muslim berbeda dengan tujuan konsumen non-muslim. Konsumen muslim dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa bertujuan untuk mengabdi dan merealisasikan tujuan yang dikehendaki Allah SWT. *fuqaha'* memberikan empat tingkatan bagi konsumen yaitu:

1. Wajib, mengkonsumsi sesuatu untuk menghindari dari kebinasaan, dan jika tidak mengkonsumsi kadar ini padahal mampu akan berdosa.

2. Sunnah, mengkonsumsi lebih dari kadar yang menghindarkan dari kebinasaan, dan menjadikan seorang muslim mampu sholat berdiri dan mudah berpuasa.

3. Mubah, sesuatu yang lebih dari sunnah sampai batas kenyang.

4. Konsumsi yang melebihi batas kenyang. Dalam hal ini terdapat dua pendapat, salah satunya menyatakan makruh, dan yang lain menyatakan haram.[54]

Dalam Islam, kerugian atau bahaya fisik yang diderita oleh konsumen karena cacat produk atau penipuan adalah perbuatan yang tidak dibenarkan, oleh karena itu pelaku usaha (produsen) harus bertanggung jawab atas perbuatannya itu. Tanggung jawab jika dihubungkan dengan penyebab adanya ganti rugi *(dhaman)* dapat dibedakan menjadi lima yaitu:[55]

1. Gantu Rugi Karena Perusakan *(dhaman Ithlaf)*

   Dhaman Ithlaf adalah ganti rugi akibat dari perusakan barang. *dhaman Ithlaf* tidak hanya berhubungan dengan kerusakan harta benda saja, tetapi juga menyangkut jiwa dan anggota tubuh manusia.

2. Ganti Rugi Karena Transaksi *(Dhaman 'aqdin)*

[54] Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen,....*, hal. 24-25

[55] Nurhalis, *Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999", Jurnal hukum*, Vol. 3, No. 9, Desember 2015, hal. 530-531

Dhaman 'aqdin adalah terjadinya suatu akad atau transaksi sebagai penyebab adanya ganti rugi atau tanggung jawab.

3. Ganti Rugi Karena Perbuatan *(dhaman wadh'u Yadin)*

   Dhaman wadh'u Yadin adalah ganti rugi akibat dari kerusakan barang yang masih berada di tangan penjual apabila barang belum diserahkan dalam sebuah akad yang sah dan ganti rugi karena perbuatan mengambil harta orang lain tanpa izin.

4. Ganti Rugi Karena Penahanan *(Dhaman al-Hailulah)*

   Dhaman al-Hailulah adalah ganti rugi pada jasa penitipan barang *(al-wadi)* jika terjadi kerusakan atau hilang, baik kerusakan atau hilangnya itu disebabkan karena kelalaian atau kesengajaan orang yang dititipi.

5. Ganti Rugi Karena Tipu Daya *(Dhaman al-Maghrur)*

   Dhaman al-Maghrur adalah ganti rugi akibat tipu daya. *Dhaman al-Maghrur* sangat efktif diterapkan dalam perlindungan konsumen, karena segala bentuk perbuatan yang dapat merugikan orang lain pelakunya harus membayar ganti rugi sebagai akibat dari perbuatannya itu.

Salah satu hak konsumen dalam Islam adalah hak memilih yang dikenal dengan istilah *khiyar*. Melalui hak *khiyar* ini Islam memberikan ruang yang cukup luas bagi konsumen dan produsen untuk mempertahankan hak-hak mereka dalam perdagangan apakah melanjutkan akad/transaksi

bisnis atau tidak. Para Ulama membagi hak khiyar menjadi tujuh macam yaitu:[56]

1. *Khiyar Majlis*

   Khiyar Majlis adalah hak untuk memilih melanjutkan atau membatalkan transaksi bisnis selama masih berada dalam suatu tempat *(majlis)*

2. *Khiyar Syarath*

   Khiyar Syarath adalah hak untuk memilih melanjutkan atau membatalkan transaksi bisnis sesuai dengan waktu yang disepakati atau syarat yang telah ditetapkan bersamanya.

3. *Khiyar Aibi*

   Khiyar Aibi adalah hak untuk membatalkan transaksi bisnis apabila obyek transaksi cacat sekalipun tidak ada perjanjian sebelumnya. Cacat yang dapat dijadikan alasan untuk mengembalikan barang adalaha cacat yang dapat menyebabkan turunnya harga.

4. *Khiyar Tadlis*

   Khiyar Tadlis terjadi jika penjual mengelabui pembeli. Dalam hal ini pembeli memiliki hak khiyar selama tiga hari.

5. *Khiyar Ru'yah*

[56] Nurhalis, *Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999", Jurnal hukum*, Vol. 3, No. 9, Desember 2015, hal. 531-532

Khiyar Ru'yah adalah hak pilih untuk melanjutkan atau membatalkan tansaksi bisnis yang dilakukan terhadap sautu objek yang belum dilihat pada saat transaksi dilaksanakan. Untuk sahnya transaksi jual beli disyaratkan barang dan harganya diketahui dengan jelas oleh penjual dan pembeli. Maka tidak sah menjual atau membeli sesuatu yang tidak jelas, karena hal itu akan mendatangkan perselisihan.

6. *Khiyar al-Gabn alfahish (Khiyar Al-murtarsil)*

   Khiyar al-Gabn alfahish (Khiyar Al-murtarsil) jika penjual dan pembeli merasa ditipu maka ia memiliki hak khiyar untuk menarik diri dari transaksi jual beli dan membatalkan transaksi tersebut. Khiyar ini pada suatu saat bisa menjadi hak penjual dan pada saat yang lain bisa juga menjadi hak pembeli.

7. *Khiyar Ta'yin*

   Khiyar Ta'yin adalah memberikan hak kepada pembeli untuk memilih barang yang diinginkan dari sejumlah atau kumpulan barang yang dijual kendatipun barang tersebut berbeda harganya, sehingga konsumen dapat menentukan barang yang ia kehendaki.

Dalam hukum Islam kewajiban-kewajiban konsumen tidak dijelaskan secara spesifik, namun demikian sebagai bentuk keseimbangan dan keadilan dapat dijelaskan sebagai berikut:[57]

1. Beritikad baik dalam melakukan transaksi barang dan/atau jasa.
2. Mencari informasi dalam berbagai aspek dari suatu barang dan/atau jasa yang akan dibeli atau digunakan.
3. Membayar sesuai dengan harga atau nilai yang telah disepakati dan dilandasi rasa saling rela merelakan *(taradhin)* yang terealisasi dengan adanya ijab dan qabul *(sighat)*
4. Mengikuti prosedur penyelesaian sengketa yang terkait dengan perlindungan konsumen.

G. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Menurut Hukum Islam

Di dalam Islam, tanggung jawab pelaku bisnis mempunyai 2 dimensi yaitu dimensi vertikal dan horizontal. Kedua dimensi ini dapat diidentifikasikan sebagai berikut:[58]

1. Adanya dimensi tauhid sebagai ciri tanggung jawab secara vertikal kepada Allah SWT

[57] Nurhalis, *Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999", Jurnal hukum*, Vol. 3, No. 9, Desember 2015, hal. 532-533

[58] Nurhalis, *Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999", Jurnal hukum*, Vol. 3, No. 9, Desember 2015, hal. 538

2. Adanya dimensi amanah sebagai khalifah di muka bumi bagi para pelaku bisnis.

3. Sumberdaya tersedia berlimpah karena karunia Allah SWT yang dilimpahkan kemuka bumi ini, yang harus digunakan untuk mencapai kesejahteraan bersama antara sesama manusia.

4. Harus saling tolong menolong dan bekerja sama serta membina saling mengasihi di antara sesama manusia.

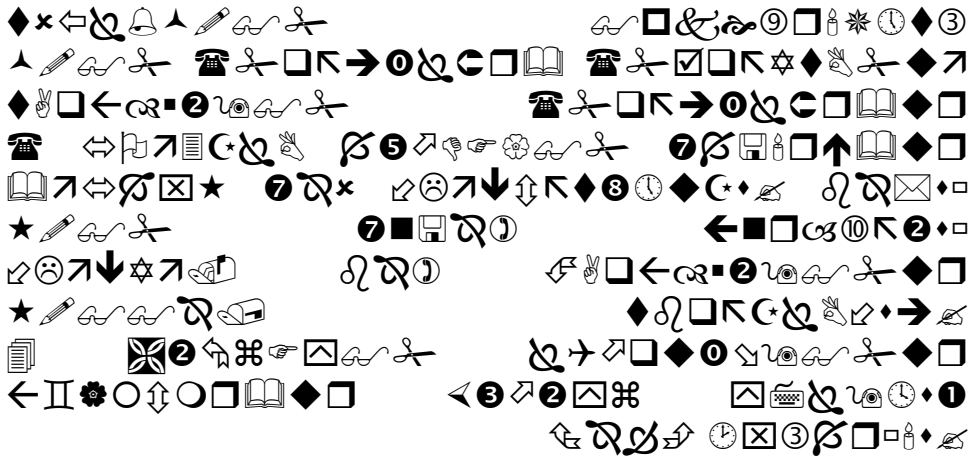
5. Bisnis merupakan sarana ibadah bagi para pelaku bisnis.

Menurut syech Nawab Haider naqvi tanggung jawab manusia yang berhubungan dengan dirinya sendiri dan lingkungan sosialnya, dapat direprentasikan dengan empat aksima etik, yaitu *unity* (kestua/tauhid), *equilibrium* (keseimbangan/ kesejajaran), *free will* (kebebasan), *responsibility* (tanggung jawab). Bentuk tanggung jawab kepada Allah, diri sendiri dan masyarakat secara luas atau *stakeholder*. Adalah dengan adanya itikad baik di dalam memproduksi barang-barang, sehingga tidak akan terlintas sediitpun hal-hal yang dapat membawa dampak kerugian kepada konsumen. Karena disadari pertanggung jawabannya bukan hanya kepada masyarakat selaku konsumen, tetapi yang paling penting adalah pertanggung jawabannya kepada Allah SWT.[59]

[59] Nurhalis, *Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999", Jurnal hukum*, Vol. 3, No. 9, Desember 2015, hal. 534

H. Tanggung Jawab Perlindungan Konsumen Menurut Hukum Islam

Menurut Islam negara memiliki kewenangan untuk turut campur dalam kegiatan ekonomi yang tidak mampu dilaksanakan oleh individu-individu. Dasar hukum campu tangan negara dalam ekonomi Islam adalah sebagaimana firman Allah dalam surat An-Nisa' ayat 59:



"Hai orang-orang yang beriman, taatilah Allah dan taatilah Rasul (Nya), dan ulil amri di antara kamu. kemudian jika kamu berlainan Pendapat tentang sesuatu, Maka kembalikanlah ia kepada Allah (Al Quran) dan Rasul (sunnahnya), jika kamu benar-benar beriman kepada Allah dan hari kemudian. yang demikian itu lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya."

Negara dalam mengatur dan mengawasi kondisi perekonomian masyarakat melalui sebuah lembaga yang bernama *"al-hisbah".* Melalui lembaga al-hisbah ini negara melakukan kontrol terhadap kondisi sosial dan ekonomi secara konperhensif atas kegiatan perdagangan dan praktik-praktik ekonomi. Selain itu lembaga *al-hisbah* ini memiliki tugas dan kewenangan untuk mengawasi industri, jasa profesional, standarisasi produk, memeriksa adanya indikasi penimbunan barang, praktik riba, dan perantara.

Pejabat yang bertanggung jawab dalam melaksanakan tugas lembaga *al-hisbah* ini disebut *muhtasib*. Oleh karena itu, kewenangan mengawasi pasar menjadi tanggung jawab *muhtasib.* Selain mengawasi pasar, *muhtasib* juga mengawasi prilaku sosial masyarakat, bagaimana kegiatan mereka dalam melaksanakan kewajiban agama dan bekerja untuk pemerintah. Ada beberapa fungsi ekonomis yang menjadi kewenangan *muhtasib*, yaitu memenuhi dan mencukupi kebutuhan, pengawasan terhadap industri dan produksi, pengawasan atas jasa, pengawasan atas perdagangan, mengawasi jual beli terlarang, mengawasi standar kehalalan, kesehatan dan kebersihan suatu komoditas, pengaturan pasar, melakukan intervensi pasar, dan memberikan hukuman terhadap pelaku pelanggaran.[60]

[60] Nurhalis, *Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999", Jurnal hukum*, Vol. 3, No. 9, Desember 2015, hal. 539-540

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Profil Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Bukittinggi

Badan Penyelesaian Sengketa konsumen (BPSK) melupakan suatu lembaga yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa konsumen di luar peradilan dimana merupakan badan publik yang menjalankan kekuasaan kehakiman yang bersifat eksklusif di bidang perlindungan konsumen. Pembentukan BPSK di amanatkan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, yang baru dapat dibentuk dengan keputusan Presiden Republik Indonesia No. 90 Tahun 2001 tanggal 21 Juli 2001 tentang Pembentukan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen yang ditindaklanjuti dengan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor : 301/MPP/Kep/10/2001 Pengangkatan, Pemberhentian Anggota dan Sekretariat Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen.

BPSK Kota Bukittinggi baru dapat dibentuk setelah adanya keputusan Presiden Republik Indonesia No. 18 Tahun 2010 tentang Pembentukan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen pada Kota Serang, Kota Kedari,

Kota Bukittinggi, Kota Singkawang, Kota Pontianak, Kabupaten Kota Waringin Barat, Kabupaten Padang Pariaman, Kabupaten Karawang dan Kabupaten Batu Taba.

BPSK Kota Bukittinggi dalam Pelaksanaan kegiatan berpedoman pada Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 350/MPP/Kep/12/2001 tentang pelaksanaan Tugas dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen dan Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor: 06/M-DAG/PER/2/2017 tentang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen.

Pada awal terbentuknya BPSK Kota Bukittinggi biaya operasional kegiatan berasal dari Pemerintah Daerah (APBD Kota Bukittinggi) sampai dengan tahun 2016.

Sedangkan untuk tahun 2017dan 18 sesuai dengan amanat Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan daerah, maka unuk kegiatan operasional BPSK dibiayai dari APBD Provinsi.

BPSK Kota Bukittinggi Mulai efektif berjalan pada bulan Oktober Tahun 2012, dengan masa kerja majelis yang berakhir pada bulan Juli 2017. Menjelang akhir tahun 2017 telah diadakan selesksi pemilihan majlis dan telah terbentuk majlis BPSK untuk periode tahun 2017-2022 dengan anggota sebagai berikut:

1. Dari unsur pemerintah:

a. Ali rahman, SH.MH

b. H. Bustamar, SHI.MH

c. Dr. Miswardi, SH.MH

2. Dari unsur pelaku usaha

a. Indra Jaya, SH

b. Ridwan S.Kom

c. Ir. Asnal Zakri

3. Dari unsur Konsumen:

a. Rika Rianti, SH

b. Dr. Aris Irawan, SH.MH

c. Yosi Aryanti, S.Ag, MA

Pada tanggal 02 Januari telah diadakan rapat pemilihan ketua dan wakil ketua BPSK periode 2017-2022 dengan hasil:

1. Ketua BPSK Kota Bukittinggi : Ali Rahman, SH.MH

2. Wakil Ketua BPSK Kota Bukittinggi : Yosi Aryanti, S.Ag.MA

Untuk kelancaran pelaksanaan tugas dalam rangka perlindungan konsumen maka anggota dibantu oleh sekretariat BPSK Kota Bukittinggi

dengan masa kerja selama 6 tahun, dimana masa kerja sekretariat BPSK Kota Bukittinggi akan berakhir pada bulan September 2018

Adapun susunan keanggotaan sekretariat BPSK Kota Bukittinggi terdiri dari:

1. Kepala Sekretariat yang diangkat dan diberhentikan dengan keputusan Menteri Perdagangan Republik Indonesia.
2. Anggota Sekretariat sebanyak empat orang yang berasal dari Aparatur Sipil Negara.

Jumlah personil pada sekretariat BPSK Kota Bukittinggi adalah sebanyak 5 orang. Namun dikarenakan satu anggota sekretariat BPSK Kota Bukittinggi (Refda Nengsih, A.Md) telah memasuki masa pensiun dan salah satu angota sekretariat mengundurkan diri dari jabatan (Joko Nawolo, S.Sos), maka saat ini hanya terdapat 3 orang personil pada Sekretariat BPSK KotaBukittinggi yakni:

1. Drs. Alizar (Kabid Perdagangan) Kepala Sekretariat
2. Silvianti, SE (Kasi Pengawasan, Perlindungan Konsumen dan Kementrologian) Anggota Sekretariat
3. H. Dondi Rinaldi (Kasi Pembinaan Promosi dan Informasi) Anggota Sekretariat

Gambaran penyelesaian kasus sekgketa konsumen pada BPSK Kota Bukittinggi sejak awal terbentuk dapat digambarkan sebagai berikut:

1. Tahun 2017

   Sampai dengan masa akhir jabatan majelis pada bulan Juli 2017, BPSK Kota Bukittinggi telah menyelesaikan kasus sengketa konsumen sebanyak empat kasus yang merupakan sengketa konsumen dengan perusahaan leasing/pembiayaan, dimana keempat kasus ini diselesaikan dengan cara mediasi.

2. Tahun 2016

   Pada tahun 2016 BPSK Kota Bukittinggi menyelesaikan 12 kasus sengketa konsumen, yang sebagian besar di selesaikan dengan cara mediasi.

3. Tahun 2015

   Selama tahun 2015 BPSK telah memutuskan perkara sengketa konsumen sebanyak 14 kasus yang terdiri dari:

   a. 10 kasus diselesaikan dengan cara mediasi dimana terdapat win win solution antara pelaku usaha dan konsumen. Disini majlis mengeluarkan akta perdamaian antara para pihak. Kasus yang terbanyak ditangani yakni kasus antara konsumen dengan perusahaan leasing atau lembaga keuangan non pemerinta, perbankan.

b. 4 kasus diselesaikan dengan cara arbitrase banding ke pengadilan negeri hingga kasasi ke Mahkamah Agung. Disini menyangkut kasus perbankan, asuransi kesehatan swasta dan pelayanan jasa (pemasangan kaca film)

4. Tahun 2014

   Dalam tahun 2014 yang dapat diselesaikan sebanyak tujuh kasus dominan kasus tersebut antara konsumen dengan perusahaan leasing/ Lembaga Keuangan Non Pemerintah.

5. Tahun 2013

   Selama tahun 2013 kasus yang masuk dari konsumen dan dapat diselesaikan yakni sembilan kasus dan 2 kasus diantaranya banding ke Pengadilan Negeri dan bahkan satu kasus kasasi hingga ke mahkamah Agung.

6. Tahun 2012

   Pada tahun 2012 ada satu kasus yang masuk ke BPSK dan dapat diselesaikan melalui mediasi.

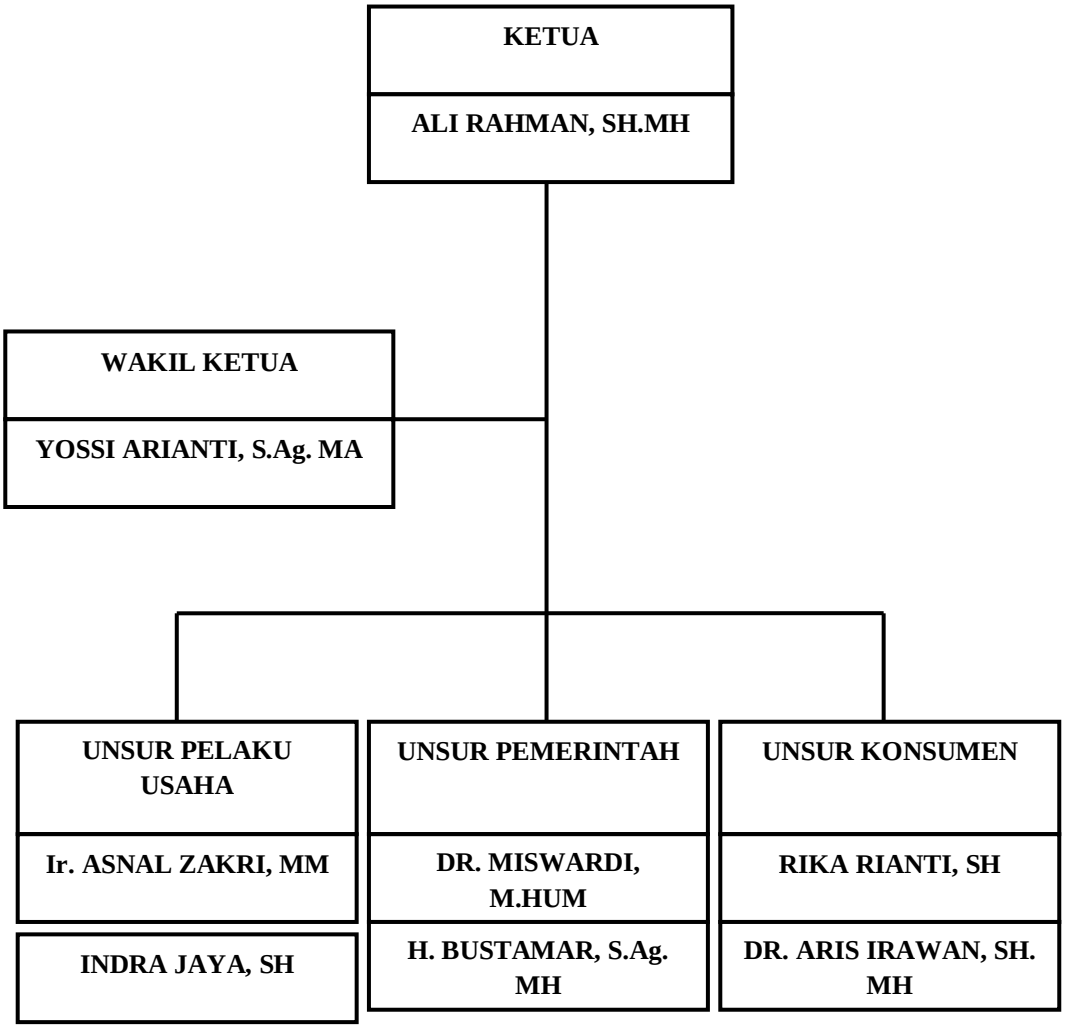
Dalam pelaksanaan kegiatan operasional BPSK kota Bukittinggi sampai dengan tahun 2016 dibiayai dari dana APBD Kota Bukittinggi. Namun pada tahun 2017 sesuai dengan amanat undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah, yang mana pelaksanaan perlindungan konsumen di seluruh daerah kabupaten/kota menjadi

kewenangan daerah provinsi. Maka biaya operasional BPSK Kota Bukittinggi dibiayai dari APBD Provinsi Sumatera Barat melalui Dinas Perindag Provinsi Sumatera Barat. Untuk tahun anggaran 2018 kegiatan operasional BPSK Kota Bukittinggi dibiayai dari APBD Provinsi Sumatera Barat melalui Dana Hibah Pemerintah Provinsi Sumatera Barat.

STRUKTUR ORGANISASI

MAJLIS BADAN PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN

KOTA BUKITTINGGI PERIODE 2017-2022

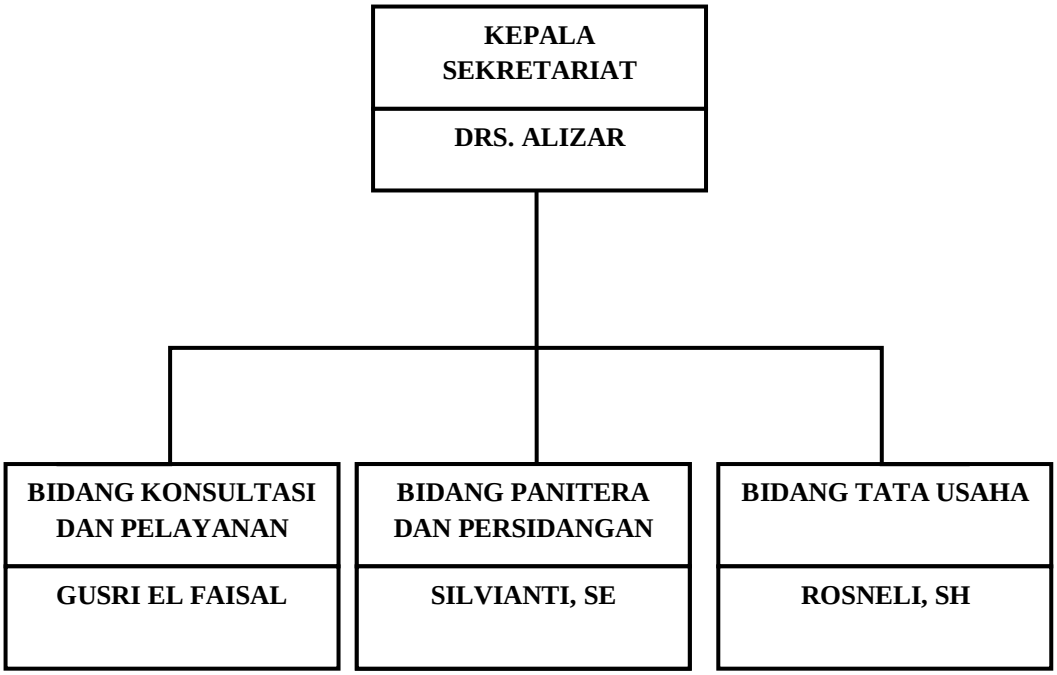


RIDWAN, S.KOM

STRUKTUR ORGANISASI SEKRETARIAT

BADAN PENYELESEAIAN SENGKETA KONSUMEN

KOTA BUKITTINGGI



B. Perlindungan Konsumen dalam Jual-beli Online via Instagram

Perlindungan konsumen dalam jual-beli online via instagram di BPSK ini, ada beberapa pendapat para majlis di BPSK. Menurut Asnal Zakri selaku majlis dalam penyelesaian sengketa konsumen mengenai jual-beli Online via Instagram menuturkan:

"Kasus jual beli online memang pernah kita tangani di BPSK. Jual beli online ini ternyata adalah penipuan ketika itu. kita sudah berusaha melacak nomor-nomor sosial media, baik itu Whatsapp, baik itu tweter, kemudian yang lainnya. Ternyata itu adalah ada perbedaan-perbedaan. Pertama kasus itu di Batam, ternyata itu toko-toko yang di posting, merek-merek yang di posting, kemudian surat izin usaha segala macamnya itu tidak ada. Nah disitulah ditemukan bahwa adanya indikasi penipuan waktu itu. kita juga di BPSK itu delik aduan. Delik aduan itu ada yang melaporkan kesini, bahwasanya dia sebagai konsumen dirugikan. Kemudian dia disuruh melengkapi seluruh berkas-berkas, kemudian setelah itu ditunjuk majlis oleh ketua BPSK. Kami sebagai majlis dan panitera tentu memanggil para pihak yaitu pihak konsumen dan pihak pelaku usaha. Pihak pelaku usaha ini tidak jelas alamatnya, tidak tau alamatnya. Itu kasusnya waktu itu. kita kesulitan untuk melayangkan surat pemanggilan.kalau di BPSK itu pemanggilan secara patut. Kemana kita akan layangkan, maka dari itu kasus ini kita limpahkan kepada kepolisian. Di dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen, apabila ditemukan alat bukti yang cukup bahwa kasus itu adalah pidana, ada indikasi pidananya maka BPSK berkewajiban untuk merekomendasikan kepada penyidik umum yaitu kepolisian, itu di dalam bahasa hukumnya seperti itu. makanya kita waktu itu adalah merekomendasikan ke kepolisian. Kita juga tidak tau bagaimana perkembangan selanjutnya dari hasil penyidikan kepolisian itu, karena itu sudah domainnya kepolisian. BPSk itu tugasnya adalah menerima laporan kemudian melihat disitu, menganalisa disitu bahwasanya ada atau itdaknya kerugian konsumen. Ada, karena dia sudah menytor uang segala macamnya, barangnya tidak ada. Kemudian menilai sejumlah kerugian. Ada sejumlah kerugian dia setor uang melalui rekening, beberapa kali transfer, ada tingkat kerugian, tapi BPSK tidak bisa memanggil karena orangnya tidak jelas."[61]

Dalam paparan Asnal Zakri selaku majlis di Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Bukittinggi bahwa terdapat kasus mengenai sengketa

[61] Wawancara dengan Bapak Asnal Zakri, Majlis di Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Bukittinggi, Pada tanggal 29 september 2020, pukul 15.10

antara konsumen dan produsen dalam jual beli online via instagram. dalam sengketa tersebut terdapat unsur penipuan. BPSK adalah delik aduan dari pemohon baik itu konsumen ataupun pelaku usaha yang merasa dirugikan. Di BPSK apabila terjadinya sengketa konsumen antara pelaku usaha dengan konsumen, maka pihak BPSK akan berusaha untuk menyelesaikan perkara yang dilaporkan. Pihak BPSK akan melakukan pemanggilan terhadap kedua belah pihak yang berperkara dan menindak lanjuti perkara yang dilaporkan. Ketika terdapatnya unsur penipuan terhadap laporan konsumen kepada pihak BPSK maka pihak BPSK akan merekomendasikan ke kepolisian terhadap konsumen karena penipuan bukanlah ranah BPSK dan penipuan merupakan tindakan pidana dan tidak dapat ditangani oleh pihak BPSK karena BPSK merupakan ranahnya perdata.

Selain itu pendapat Yosi Arianti selaku majlis di Badan Perlindungan Sengketa Konsumen Kota Bukittinggi juga menuturkan:

> *"Kalau BPSK itu sifatnya mencarikan bantuan atau solusi, bagaimana cara masalah itu bisa diselesaikan. Jadi langkah yang ditempuh, kalau bahasa hukumnya melakukan. BPSK bukan atau tidak merekomendasikan orang untuk ke persidangan, akan tetapi melakukan penyelesaian dengan tiga bentuk,ada dengan cara mediasi, ada dengan cara konsolidasi dan ada dengan cara arbitrase. Ketiga bentuk itu menjadi pilihan dari pada pelaku usaha atau konsumen. Mau menyelesaikan perkaranya dengan mediasi, atau dengan cara konsolidasi, atau mungkin dengan cara arbitrase, itu pilihan dari para pihak yang berperkara. Jadi kalau langkah yang di tempuh BPSK itu."*[62]

[62] Wawancara dengan Ibu Yosi Arianti, Majlis di Badan Penyelesaian Sengkea Konsumen Bukittinggi, Pada Tanggal 29 September 2020, Pukul 14. 35

Dalam paparan Yosi Arianti selaku majlis di Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Bukittinggi bahwa BPSK bersifat mencari jalan keluar atau mencari solusi terhadap masalah orang-orang yang berperkara. Apabila BPSK menerima laporan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha maka pihak BPSK akan mencarikan solusi untuk menyelesaikan perkara tersebut. Cara BPSK dalam menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha adalah dengan tiga bentuk penyelesaian yaitu dengan cara mediasi, konsolidasi dan arbitrase. Bentuk penyelesaian tersebut merupakan pilihan cara menyelesaikan perkara yang akan dipilih salah satu di antaranya oleh pihak yang berperkara.

Menurut Asnal Zakri selaku majlis langkah antisipasi yang ditempuh agar terhindar dari penipuan dalam jual-beli online yaitu"

"Sekarang anak muda umumnya itu terjebak dengan jual beli online tapi dia tidak menganalisa dulu ini benar, kemudian betul-betul online yang benar atau tidaknya. Jadi sekarang kita punya kelemahan karena masuk melalui Whatsapp, melalui tweter, anda dapat hadiah, anda bisa membeli ini dengan murah, kan sudah tergiur dengan itu saja. Tapi mereka lupa untuk menelusuri ini online yang benar atau tidak. Maka dari itu pertama harus memang hati-hati. Hati-hati dulu, karena kalau setelah kita kena kita baru tau, melaporkanpun BPSK juga tidak bisa berbuat apa-apa, karena pelaku usahanya tidak jelas, kita mau panggil gimana. Kita telusuri sampai izinnya segala macam sudah ada. Bahkan dia kalau dia mengapakan izin orang, kemudian dihapus mungkin ditukar namanya jelas itu ada penipuannya. Disitu sebetulnya pidana. BPSK domainnya bukan pidana, tapi perdata dan menilai sejumlah kerugian."[63]

Dalam paparan Asnal Zakri selaku majlis di Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Bukittinggi bahwa langkah antisipasi yang ditempuh

[63] Wawancara dengan Bapak Asnal Zakri, Majlis di Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Bukittinggi, Pada tanggal 29 september 2020, pukul 15.10

agar terhindar dari penipuan dalam jual beli online adalah dengan berhati-hati dalam berbelanja online, memperhatikan akun yang di pakai oleh pelaku usaha apakah benar-benar akun asli dalam jual beli atau akun palsu yang digunakan untuk penipuan. Tidak mudah tergiur dengan harga yang murah dan alangkah baiknya berbelanja online dengan akun resmi. Karena apabila terjadinya hal yang tidak diinginkan seperti penipuan maka itu sudah termasuk tindakan pidana dan tidak bisa diselesaikan di BPSK karena BPSK bukan ranah pidana melainkan ranah perdata.

Selain itu pendapat Yosi Arianti selaku majlis di Badan Perlindungan Sengketa Konsumen Kota Bukittinggi juga menuturkan:

> *"Kalau di BPSK sifatnya tidak menberikan langkah keluar, tapi menerima laporan. Jadi apa laporan dari orang kita cek. Termasuk ranah pidana atau perdata. Kalau masalah perdata kita selesaikan disini, kalau masalah pidana kita rekomendasikan ke kepolisian. Contoh dari kasus jual beli di Instagram tadi, itu kasus pidana ujungnya. Makanya kita rekomendasikan ke kepolisian. Jadi putusan BPSK dalam bentuk merekomendasikan perkara ini kepada kepolisian. Jadi tidak diselesaikan di BPSK, karena kalau penipuan bukan ranah BPSK. Kalau di BPSK itu lebih banyak ke kasus-kasus pembiayaan, jual-beli barang."*[64]

Dalam paparan Yosi Arianti selaku majlis di Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Bukittinggi bahwa BPSK menerima laporan sengketa konsumen baik itu berbentuk pidana ataupun berbentuk perdata. Apabila suatu kasus berbentuk kasus perdata maka pihak BPSK akan membantu dalam menyelesaikan perkara yang dilaporkan oleh para pihak dengan mendatangkanpara pihak dan memberikan pilihan antara 3 bentuk

[64] Wawancara dengan Ibu Yosi Arianti, Majlis di Badan Penyelesaian Sengkea Konsumen Bukittinggi, Pada Tanggal 29 September 2020, Pukul 14. 35

penyelesaian yang ada di BPSK. Dan ketika perkara yang dilaporkan oleh pemohon berbentuk perkara pidana maka pihak BPSK akan berupaya dan memberikan rekomendasi kepada pihak pemohon untuk melaporkan kepada kepolisian karena perkara pidana bukan ranah BPSK. Seperti halnya penipuan dalam jual beli online via Istagram yang pernah dilaporkan kepada pihak BPSK yaitu kasus penipuan. Kasus penipuan tidak dapat diselesaikan oleh pihak BPSK karena penipuan merupakan tindakan pidana.

Selain itu penulis juga mewawancarai salah seorang konsumen yang pernah melakukan transaksi jual beli online via Instagram. dalam jual beli online sering terjadinya penipuan. Konsumen menuturkan:

"Saya pernah melakukan transaksi jual beli online via Instagram, dan menjadi korban penipuan satu tahun yang lalu. Penipuan tersebut merupakan penipuan dalam jual beli kamera, dan mencapai kerugian tiga juta rupiah. Akun yang digunakan pelaku merupakan akun online shop."[65]

Konsumen pernah melakukan transaksi jual beli online via Instagram dan bersengketa dengan pelaku usaha yaitu adanya kasus penipuan. Dan pelaku usaha tersebut menggunakan akun online shop untuk melakukan transaksi jual beli tersebut.

Langkah yang ditempuh oleh konsumen setelah terjadinya kasus penipuan dalam jual beli online, konsumen menuturkan:

"pertama kali saya melaporkan langsung ke polisi, Cuma tanggapannya lain kali hati-hati saja. Karena tidak ada hasilnya saya direkomendasikan oleh dosen untuk melaporkan ke BPSK, dan ujungnya

[65] Wawancara dengan FH, Konsumen yang Bertransaksi Online via Instagram, Pada Tanggal 8 Oktober 2020, Pukul 19.42

juga ke kepolisian, polisi menolak lagi, logika saja, kalau hal seperti itu sulit di dapatkan kembali kata polisi, sedangkan anda saja di BPSK kurang lebih sebulan,dan ujung-ujungnya ke polisi juga. Mungkin usaha saya sampai disitu saja."[66]

Konsumen yang pernah melakukan transaksi jual beli online via Instagram ini dan mendapatkan kasus penipuan ini pernah melaporkan langsng kepada kepolisian dan tidak ada hasil di kepolisian. Kemudian konsumen melaporkan kepada pihak BPSK. Karena BPSK bukanlah ranah pidana melainkan perdata maka pihak BPSK merekomendasikan untuk menyelesaikan sengketa konsumen tersebut kepada kepolisian.

C. Analisis Perlindungan Konsumen dalam Jual Beli Online via Instagram Menurut Hukum Islam

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan perlindungan konsumen dalam jual beli online via Instagram menurut Bapak Asnal Zakri selaku majlis di Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen menyatakan bahwa adanya seorang konsumen yang melaporkan sengketa dalam jual beli online via Instagram di BPSK Bukittinggi yang merupakan kasus pidana yaitu kasus penipuan. BPSK berupaya dalam menyelesaikan kasus yang dilaporkan. Pihak BPSK berusaha untuk melacak dan mencari tau pelaku usaha yang telah melakukan penipuan terhadap konsumen. Pelaporan yang dilakukan oleh konsumen akan disuruh melengkapi berkas-berkas dan bukti-bukti yang cukup untuk menunjukkan adanya kasus penipuan tersebut.

[66] Wawancara dengan FH, Konsumen yang Bertransaksi Online via Instagram, Pada Tanggal 8 Oktober 2020, Pukul 19.42

Maka apabila terdapatnya kasus yang memiliki unsur pidana maka Pihak BPSK akan merekomendasikan kepada pihak penyidik yaitu pihak kepolisian. Dan apabila kasus yang dilaporkan kepada pihak BPSK berbentuk kasus perdata maka akan diselesaikan di BPSK.

Presiden Jhon F. Kennedy mengemukakan bahwa konsumen memiliki beberapa hak salah satunya yaitu hak memperoleh keamanan. Hak aspek ini ditujukan pada perlindungan konsumen dari pemasaran barang dan atau jasa yang membahayakan keselamatan konsumen. [67]

Maksud dari hak memperoleh keamanan disini adalah konsumen mempunyai hak dalam melaksanakan transaksi dalam jual beli baik itu jual beli online ataupun off line yaitu hak untuk dilindunginya konsumen terhadap penipuan dan kelakuan kecurangan pelaku usaha terhadap konsumen.

Sebagaimana juga dipaparkan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terdapat dalam pasal 4 yang berisi tentang hak-hak seorang konsumen diantaranya:[68]

1. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan atas barang dan jasa;
2. Hak untuk memilih barang dan jasa;
3. Hak mendapatkan informasi yang benar, jelas dan jujur atas barang dan jasa;

[67] Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen,* (Jakarta: Kencana, 2013), hal. 47

[68] Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 4

4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya;
5. Hak untuk mendapatkan bantuan hukum (advokasi), perlindungan dan penyelesaian sengketa;
6. Hak dalam pembinaan dan pendidikan konsumen;
7. Hak untuk diberlakukan dengan secara benar, jujur dan tidak diskriminatif;
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi atas barang atau jasa yang merugikan;
9. Hak-hak yang ditentukan dalam perundang-undangan lain

Sedangkan menurut hukum Islam seorang pelaku usaha atau seorang konsumen itu harus memiliki itkad baik. Dalam berdagang itikad baik merupakan hakikat dari bisnis itu sendiri artinya dalam berbisnis hendaklah didasarkan pada i'tikad dan tujuan yang baik, sehingga menguntungkan semua pihak tanpa merugikan salah satu pihak. I'tikad baik juga dapat menimbulkan hubungan yang baik dalam usaha. Oleh karena itu Islam menganjurkan apabila melakukan transaksi sebaiknya dinyatakan secara tertulis dengan menjelaskan rukun dan syarat-syaratnya.

Berkaitan dengan prinsip-prinsip tersebut di atas lebih jauh Hamzah Ya'cub merincikan prinsip-prinsip moral dagang dalam Islam antara lain[69]:

1. Jujur dalam takaran

[69] Khumedi Jafar, *Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Bisnis Islam,*(Vol. 6 No. 1 Januari 2014)

2. Menjual barang yang halal
3. Menjual barang yang baik mutunya
4. Tidak boleh menyembunyikan barang yang cacat dan tidak boleh main-main sumpah
5. Longgar dan bermurah hati
6. Tidak boleh menyaingi kawan, atau melarang kawan dengan cara tidak benar
7. Mencatat utang piutang, maksudnya bahwa dalam transaksi utang piutang hendaklah dictar atau ditulis pihak yang memberi utang, pihak yang berutang, waktu terjadinya utang dan waktu.

Di dalam Islam dalam perlindungan konsumen terhadap konsumen dalam transaksi jual-beli antara konsumen dan pelaku usaha apabila terjadinya kerugian atau tipu daya terhadap konsumen maka pelaku usaha wajib untuk mengganti barang atau mengembalikan uang yang telah dibayarkan oleh konsumen. Ganti rugi karena tipu daya (*Dhaman al-Maghrur*) sangat efktif diterapkan dalam perlindungan konsumen, karena segala bentuk perbuatan yang dapat merugikan orang lain pelakunya harus membayar ganti rugi sebagai akibat dari perbuatannya itu.

Selain itu Ibuk Yosi Arianti selaku majlis di BPSK Kota Bukittinggi juga menyatakan bahwa BPSK bersifat memberikan penyelesaian terhadap permasalahan yang terjadi antara konsumen dan pelaku usaha. Cara

penyelesaian yang dilakukan oleh pihak BPSK mempunyai tiga bentuk penyelesaian yaitu dengan bentuk mediasi, konsolidasi dan arbitrase. Ketiga bentuk dari penyelesaian tersebut menjadi pilihan bagi para pihak untuk menyelesaikan sengketanya.

Sebagaimana dalam pasal 52 dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen dipaparkan tugas dari BPSK adalah:[70]

a. melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen, dengan cara melalui mediasi atau arbitrase atau konsiliasi;

b. memberikan konsultasi perlindungan konsumen;

c. melakukan pengawasan terhadap pencantuman klausula baku

d. melaporkan kepada penyidik umum apabila terjadi pelanggaran ketentuan dalam Undang-undang ini

e. menerima pengaduan baik tertulis maupun tidak tertulis, dari konsumen tentang terjadinya pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;

f. melakukan penelitian dan pemeriksaan sengketa perlindungan konsumen;

g. memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;

[70] Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 52

h. memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli dan/atau setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran terhadap Undang-undang ini;

i. 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;

j. mendapatkan, meneliti dan/atau menilai surat, dokumen, atau alat bukti lain guna penyelidikan dan/atau pemeriksaan;

k. memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian di pihak konsumen;

l. memberitahukan putusan kepada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;

m. menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan Undang-undang ini.

Menurut hukum Islam dalam pelaksanaan transaksi antara sesama manusia Islam juga memiliki prinsip dalam hal melindungi kepentingan manusia, sebagaimana sabda Rasulullah SAW yang menyatakan:[71]

عَنْ أَبِيْ سَعِيْدٍ سَعْدُ بْنِ سِنَانِ الخُدْرِيْ رَضِيَ اللهُ عَنْهُ أَنَّ رَسُوْلُ اللهِ صلى الله عليه وسلم قَالَ: لَاضَرَرَوَلَاضِرَارَ (رواه إبن ماجه والدارقطنى

[71] Haifa Nadira, *Perlindungan Konsumen Menurut Hukum Islam: Studi Kasus Terhadap Pertanggunan Ganti Rugi Doorsmeer Banda Aceh,....*, hal. 20-21

"Dari Abu Sa'id Sa'd bin Sinan al-Khudri ia berkata: sesungguhnya Rasulullah SAW bersabda: "Tidak boleh melakukan perbuatan yang memudharatkan dan tidak boleh membalas kemudharatan dengan cara yang salah". (HR. Ibnu Majah dan al-Daruquthni)

Maksud hadist diatas adalah sesama pihak yang berserikat hendaknya saling menjaga hak dan kewajiban masing-masing, sehingga tidak terjadinya kecurangan-kecurangan yang dapat mengakibatkan kerugian sebelah pihak yang melakukan perserikatan tersebut.

Hal yang paling penting adalah bagaimana sikap pelaku usaha agar memberikan hak-hak konsumen yang seharusnya pantas diperoleh, serta menyadari apa yang menjadi kewajibannya. Dengan saling menghormati apa yang menjadi hak dan kewajiban masing-masing. Maka akan terjadi keseimbangan sebagaimana yang diajarkan dalam ekonomi Islam.

Salah satu hak konsumen dalam Islam adalah hak memilih yang dikenal dengan istilah *khiyar.* Melalui hak *khiyar* ini Islam memberikan ruang yang cukup luas bagi konsumen dan produsen untuk mempertahankan hak-hak mereka dalam perdagangan apakah melanjutkan akad/transaksi bisnis atau tidak. *Khiyar al-Gabn alfahish (Khiyar Al-murtarsil)* jika penjual dan pembeli merasa ditipu maka ia memiliki hak khiyar untuk menarik diri dari transaksi jual beli dan membatalkan transaksi tersebut. Khiyar ini pada suatu saat bisa menjadi hak penjual dan pada saat yang lain bisa juga menjadi hak pembeli.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari penjelasan serta uraian yang dipaparkan oleh pembahasan sebelumnya perlindungan konsumen dalam jual beli online via instagram menurut hukum Islam dan studi di BPSK kota Bukittnggi, penulis mengambil beberapa kesimpulan yang meliputi:

1. Informasi yang di dapat dari bapak Asnal Zakri dan Ibuk Yosi Arianti di Badan Penyelsaian Sengketa Konsmen Kota Bukittinggi merupakan ranah kasus perdata bukan pidana. Di BPSK kota Bukittinggi berpegang kepada aturan yang terdapat pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen dan melaksanakan apa yang diatur di dalam Undang-Undang tersebut yang juga berisi tentang tugas BPSK terdapat pada Pasal 52 untuk mendapatkan kembali hak orang yang dirugikan.

2. Mengenai perlindungan konsumen menurut hukum Islam bahwasanya Melalui hak *khiyar* Islam memberikan ruang yang cukup luas bagi konsumen dan produsen untuk mempertahankan hak-hak mereka dalam perdagangan apakah melanjutkan akad/transaksi bisnis atau tidak. *Khiyar*

al-Gabn alfahish (Khiyar Al-murtarsil) jika penjual dan pembeli merasa ditipu maka ia memiliki hak khiyar untuk menarik diri dari transaksi jual beli dan membatalkan transaksi tersebut. Khiyar ini pada suatu saat bisa menjadi hak penjual dan pada saat yang lain bisa juga menjadi hak pembeli. Dan juga apabila seseorang dirugikan maka wajib untuk ganti rugi kepada pihak yang dirugikan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, penulis memberikan pandangannya berupa saran dan masukan kepada beberapa pihak, diantaranya:

1. Bagi pihak BPSK, untuk mendukung kinerja dan membantu memperlancar proses penyelesaian sengketa di BPSK, maka perlu peran sehingga bisa memberikan pelayanan yang maksimal bagi para pencari keadilan khususnya dalam hal sengketa konsumen bisa memberikan perlindungan dan jaminan kepastian hukum bagi konsumen maupun pelaku usaha yang dirugikan haknya, karena sengketa konsumen tersebut.

2. Perlunya lebih sering melakukan sosialisasi kepada masyarakat tentang keberadaan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) sebagai lembaga penyelesaian sengket konsumen dan cara menyelesaikan sengketa konsumen di luar pengadilan agar kepentingan dan hak-hak konsumen tidak terabaikan.

3. Bagi konsumen dalam melakukan transaksi jual beli online,sebaiknya berhati-hati terlebih dahulu sebelum melakukan transaksi online. Mencari tau kebenaran tentang toko tempat konsumen berbelanja dan jeli terhadap transaksi yang akan dilakukan sehingga tidak terjadinya sengketa antara konsumen dan pelaku usaha.