

**TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP
PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN
DI LUAR PENGADILAN**

**(Analisis terhadap Pasal 45 dan Pasal 47 Undang-Undang RI Nomor
8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S-1)
dalam Ilmu Syari'ah



Oleh:

SITI RONDIYAH
NIM 2103025

JURUSAN MUAMALAH
FAKULTAS SYARI'AH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2009

Prof. Dr. H. Muslich Shabir, M.A.

Jln. Wahyu Asri Dalam 1/AA-44 Ngaliyan Semarang 50185

Drs. Ghufron Ajib, M.Ag.

Bukit Ngaliyan Permai B/10 Ngaliyan Semarang 50185

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

A.n. Sdri. SITI RONDIYAH

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Syari'ah

IAIN Walisongo Semarang

di

Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini saya kirim naskah skripsi Saudara:

Nama : SITI RONDIYAH

NIM : 2103025

Jurusan : Muamalah

Judul : **TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP
PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN DI LUAR
PENGADILAN; Analisis terhadap Pasal 45 dan Pasal 47
Undang-undang RI Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan
Konsumen**

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi Saudari tersebut dapat segera dimunaqasyahkan.

Demikian harap menjadikan maklum.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I

Semarang, 20 Mei 2009

Pembimbing II

Prof. Dr. H. Muslich Shabir, M.A.

NIP 050028292

Drs. Ghufron Ajib, M.Ag.

NIP 150254235



**DEPARTEMEN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS SYARI'AH**

Alamat: Jl. Prof. Dr. Hamka Km. 2 Ngaliyan Telp. (024) 7601291 Semarang 50185

PENGESAHAN

Nama : Siti Rondiyah
NIM : 2103025
Jurusan : Muamalah
Judul : **TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN DI LUAR PENGADILAN (Analisis Terhadap Pasal 45 dan Pasal 47 Undang-Undang RI No 08 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen)**

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang pada tanggal :

29 Juni 2009

Dan dapat diterima sebagai kelengkapan Ujian Akhir dalam rangka menyelesaikan Studi Program Sarjana Strata 1 (S.1) tahun akademik 2009/2010 guna memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Syari'ah

Semarang, 29 Juni 2009

Ketua Sidang,

Sekretaris Sidang,

H. Abdul Ghofur, M.Ag
NIP. 150 279 723

Drs. Ghufron Ajib, M.Ag
NIP. 150 254 235

Penguji I,

Penguji II,

Akhmad Arif Junaidi, M.Ag
NIP. 150 276 119

H. Suwanto, S.Ag. M.M.
NIP. 150 368 383

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Prof. Dr. H. Muslich Shabir, M.A
NIP. 050 028 292

Drs. Ghufron Ajib, M.Ag
NIP. 150 254 235

MOTTO

“Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat (lembaga umat) yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang makruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung”. (Q.S. Ali-Imran [3]: 104).¹

¹Tim Penyelenggara Penerjemah al-Qur'an, *al-Qur'an dan Terjemahnya*, , Medinah: Mujamma' al-Malik Fahd li Thiba'at al-Mushaf al-Syarif, 1418 H., 93.

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

- Bapak, Ibu serta Saudara-saudara penulis
- Suami penulis
- Teman-teman penulis
- Perpustakaan Fakultas Syari'ah IAIN Walisongo Semarang.

DEKLARASI

Dengan penuh tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 20 Mei 2009

Deklarator

SITI RONDIYAH
NIM 2103025

ABSTRAK

Masalah sengketa konsumen masih menjadi isu penting hingga saat ini. Cara untuk menyelesaikan sengketa konsumen telah diatur dalam undang-undang, yaitu melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan kedua belah pihak. Secara lebih khusus, penulis tertarik untuk mengkaji penyelesaian sengketa konsumen melalui jalur non pengadilan seperti diatur dalam Pasal 45 dan Pasal 47 Undang-undang RI Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dengan menggunakan perspektif hukum Islam.

Penelitian ini bertujuan; 1) Untuk mengetahui konsep hukum Islam tentang perlindungan konsumen dan penyelesaian sengketa konsumen. 2) Untuk mengetahui pandangan hukum Islam terhadap penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan seperti diatur dalam Pasal 45 dan Pasal 47 Undang-undang RI Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut; jenis penelitiannya adalah dokumentasi. Penyajian datanya dilakukan secara kualitatif. Sedangkan analisis datanya menggunakan analisis isi (*content analysis*).

Hasil penelitian ini menunjukkan; hukum ekonomi Islam telah mengatur secara lengkap tentang perlindungan konsumen dan penyelesaian sengketa konsumen. Hal ini bisa dilihat dari berbagai perangkat seperti pelarangan *ba'i al-gharar* (jual beli mengandung tipuan), pemberlakuan hak *khiyar* (hak untuk melangsungkan atau membatalkan transaksi karena alasan diterima), beberapa hal yang merusak kebebasan transaksi seperti adanya *al-ghalt* (tidak adanya persesuaian dalam hal jenis atau sifat barang) dan *al-ghubn* (adanya tipuan yang disengaja) dan masih banyak lagi lainnya. Perangkat ini dapat dijadikan perisai bagi perlindungan konsumen. Sedangkan penyelesaian sengketa konsumen menurut hukum Islam harus melalui badan khusus atau peradilan khusus yang disebut dengan *wali al-hisbah*. Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan seperti diatur dalam Pasal 45 dan Pasal 47 Undang-undang RI Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menurut hukum Islam bukan termasuk penyelesaian yang efektif. Penyelesaian sengketa konsumen akan lebih efektif melalui badan atau peradilan khusus yang di dalam Islam disebut dengan jawatan *al-hisbah*. Badan inilah yang akan mampu memonitor segala pelanggaran hak konsumen, sekaligus menyelesaikan sengketa konsumen. Meskipun pada dasarnya penyelesaian sengketa di luar pengadilan dengan jalur perdamaian (*al-shulh*) sangat dianjurkan, namun untuk kasus sengketa konsumen tidak demikian. Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan justru akan merugikan konsumen, karena konsumen berada pada posisi yang lemah.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim.

Alhamdulillah, puji syukur senantiasa penulis panjatkan kepada Allah Swt. yang telah melimpahkan rahmat dan nikmat kepada penulis sehingga dapat merampungkan skripsi ini. Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad s.a.w., Nabi akhir zaman dan pembawa rahmat bagi makhluk sekalian alam.

Penulisan skripsi tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak, yang kepada mereka patut diucapkan terima kasih. Mereka adalah:

1. Prof. Dr. H. Abdul Djamil, M.A. selaku Rektor IAIN Walisongo Semarang.
2. Drs. H. Muhyiddin, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Syari'ah IAIN Walisongo Semarang.
3. Prof. Dr. H. Muslich Shabir, MA., dan Drs. Ghufron Ajib, M.Ag. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan kepada penulis dalam proses penulisan skripsi ini.
4. Segenap dosen Fakultas Syari'ah yang telah membekali pengetahuan kepada penulis pada jenjang pendidikan S-1, dan segenap karyawan Fakultas Syari'ah, pegawai Perpustakaan IAIN dan Perpustakaan Fakultas Syari'ah yang telah memberikan layanan kepada akademik kepada penulis.
5. Ayah, Ibu, Suami, kedua Mertua, serta saudara-saudara penulis yang telah memberikan dorongan baik materiil maupun moril dalam menempuh studi.

6. Kawan-kawan yang penulis lupa namanya, sehingga tidak dapat menyebutkan satu-persatu.

7. Semua pihak yang pernah penulis mintai bantuan baik materil maupun moril.

Semoga Allah Swt. membalas semua amal kebaikan mereka dengan balasan yang lebih dari yang mereka berikan. Penulis juga menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, baik dari segi materi, metodologi, dan analisisnya. Karenanya, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhirnya hanya kepada Allah Swt. penulis berharap semoga apa yang tertulis dalam skripsi ini bisa bermanfaat khususnya bagi penulis dan bagi para pembaca pada umumnya. Amin.

Semarang, 20 Mei 2009

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN NOTA PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN DEKLARASI	vi
HALAMAN ABSTRAKSI	vii
HALAMAN KATA PENGANTAR	viii
HALAMAN DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Tinjauan Pustaka	9
E. Metode Penelitian	12
F. Sistematika Penulisan	13
BAB II KONSEP PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM ISLAM	
A. Pengertian Konsumen dalam Islam	15
B. Perlindungan Konsumen dalam Islam	17
C. Konsep Hukum Islam tentang Perdamaian (al-Shulh)	33
BAB III PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN DI LUAR PENGADILAN MENURUT PASAL 45 DAN PASAL 47 UNDANG-UNDANG RI NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLIDUNGAN KONSUMEN	
A. Latar Belakang Lahirnya Undang-undang RI Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen	30
B. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen	46

	C. Komposisi Undang-Undang RI Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen	49
	D. Penyelesaian Sengketa Konsumen di Luar Pengadilan menurut Pasal 45 dan Pasal 47 Undang-undang RI Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen	51
BAB IV	TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN DI LUAR PENGADILAN MENURUT PASAL 45 DAN PASAL 47 UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLIDUNGAN KONSUMEN	
	A. Tinjauan Hukum Islam tentang Perlindungan Konsumen dan Penyelesaian Sengketa Konsumen	55
	B. Tinjauan Hukum Islam terhadap Penyelesaian Sengketa Konsumen di Luar Pengadilan yang Diatur dalam Pasal 45 dan Pasal 47 Undang-undang RI Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen	66
BAB V	PENUTUP	
	A. Kesimpulan	73
	B. Saran-saran	74
	C. Kata Penutup	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia merupakan makhluk social yang tidak dapat hidup sendiri tanpa adanya manusia yang lainnya. Manusia hidup berdampingan, berinteraksi dan beradaptasi dengan lingkungan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Pada zaman dahulu manusia sering berpindah-pindah tempat untuk memenuhi kebutuhan untuk dapat menjaga kelangsungan hidup sehari-hari, di mana mereka menemukan sumber kehidupan, di situlah mereka akan tinggal. Lama kelamaan sumber kehidupan tersebut akan menipis, sehingga mereka perlu mencari tempat lain sebagai tempat tinggal. Seiring dengan perubahan zaman, pola kehidupan mereka pun berubah. Semakin banyaknya kelompok atau komunitas maka hubungan interaksi mereka semakin luas dan cara mereka untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari pun ikut berubah. Semakin kompleksnya kebutuhan, mereka melakukan suatu kegiatan yang disebut dengan istilah “*barter*”, yaitu tukar menukar antara barang dengan barang.¹

Seiring dengan perkembangan teknologi dan komunikasi, serta makin beragamnya kebutuhan yang tersedia maupun yang dibutuhkan diperlukan suatu alat yang dapat mempermudah untuk mendapatkan kebutuhan tersebut. Alat yang

¹Pius A. Partanto dan M. Dahlan al-Barry, *Kamus Ilmiah Populer*, Surabaya: Arkola, 1994, hlm. 67

dimaksud tersebut adalah “uang” yang dijadikan sarana sebagai alat tukar yang dapat digunakan dan dimanfaatkan oleh pemegangnya. Penggunaan dan pemanfaatan uang sebagai alat tukar di atas disebut dengan jual-beli.

Pengertian jual-beli dalam Islam adalah pertukaran harta atas dasar saling rela atau memindahkan hak milik dengan ganti rugi yang dapat dibenarkan.² Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap, dan perilaku yang benar, yang meliputi proses akad (transaksi), proses mencari atau memperoleh komoditas, proses pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan margin keuntungan (laba).³ Transaksi jual-beli diperbolehkan oleh agama Islam sebagaimana firman Allah Swt:

... ..

Artinya: *“Dan Allah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba”*. (Q.S. al-Baqarah [2]: 275).⁴

Firman Allah Swt. dalam ayat lain menyebutkan:

...

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman janganlah kamu saling memakan harta sesama mu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan perniagaan yang*

²Sayyid Sabiq, *Fiqh al-Sunnah*, Jilid III, Beirut: Dar al-Fkr, 1995, hlm. 92-93

³Muhammad dan Lukman Fauroni, *Visi Al-qur'an Tentang Etika dan Bisnis*, Jakarta: Salemba Diniyah, 2000, hlm. 17-18

⁴Departemen Agama RI, *al-Qur'an dan Terjemahannya*, Jakarta: CV. ART, 1990, hlm. 48

berlaku dengan suka sama suka diantara kamu". (Q.S. al-Nisa' [4]: 29).⁵

Rasulullah Saw. dalam sebuah hadist juga menyatakan:

، : : () .

Artinya: "*Nabi pernah ditanya orang, "apakah usaha yang paling baik?" Nabi menjawab: "usaha seseorang dengan tangannya sendiri dan setiap jual-beli yang halal"*". (HR. Bazyar dishahihkan oleh Hakim).⁶

Pesatnya pertumbuhan teknologi dan industri menimbulkan apa yang disebut dengan Era Pasar Bebas. Hal ini menyebabkan terjadinya persaingan antara para pelaku usaha,⁷ untuk menarik para konsumen⁸ semakin kuat. Salah satu cara yang dilakukan oleh para pelaku usaha adalah dengan promosi.⁹ Kegiatan tersebut dilakukan melalui media elektronik yang tersedia seperti iklan televisi, radio, majalah, koran dan lain-lain. Banyaknya tawaran barang dan jasa melalui promosi tersebut di sisi lain memberi banyak manfaat bagi konsumen karena segala kebutuhan mereka akan semakin mudah terpenuhi. Namun

⁵ *Ibid*, hlm. 84

⁶ Ibnu al-Hajar al-Asqalani, *Bulugh Al-Maram*, Beirut: Dar al-Kitab al-'Ilmiyah, t.th., hlm. 158

⁷ Pelaku usaha adalah: setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan di wilayah Republik Indonesia, baik sendiri atau bersama-sama melakukan perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. *Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*, Pasal 1 ayat (3), Yogyakarta, Pustaka Yustisia, 2006, hlm. 5.

⁸ Konsumen adalah: setiap orang pemakai barang dan/ jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. *Ibid.*, Pasal 1 ayat (2).

⁹ Promosi adalah: kegiatan pengenalan atau penyebarluasan informasi suatu barang dan/atau jasa untuk menarik minat beli konsumen terhadap barang dan/atau jasa yang akan dan sedang diperdagangkan. *Ibid.*, Pasal 1 ayat (6).

demikian, di sisi lain hal ini menempatkan konsumen pada posisi yang lemah, karena konsumen menjadi objek para pelaku usaha untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya.

Adanya persaingan, motif usaha yang bertumpu pada profit dan makin beragamnya produk yang ditawarkan kadangkala menyebabkan para pelaku usaha melupakan etika dan tata cara berdagang yang sehat. Tindakan-tindakan yang keluar dari jalur etika bisnis yang sehat tersebut menyebabkan adanya pihak yang dirugikan tentu saja dalam hal ini adalah konsumen. Kondisi demikian tidak menutup kemungkinan akan menimbulkan suatu sengketa yang diakibatkan adanya pihak yang merasa dirugikan (konsumen). Perbedaan paham, perselisihan pendapat, pertentangan maupun sengketa tersebut tidak dapat dibiarkan berlarut-larut dan harus segera diselesaikan, yang hasilnya nanti diharapkan dapat memuaskan kedua belah pihak (pelaku usaha dan konsumen).

Cara yang dipakai untuk menyelesaikan suatu sengketa tertentu memiliki konsekuensi, baik pihak yang bersengketa maupun masyarakat dalam arti seluas-luasnya. Karena adanya konsekuensi tersebut, sangat perlu untuk menyalurkan sengketa-sengketa tersebut pada suatu mekanisme penyelesaian sengketa yang tepat bagi semua pihak yang bersengketa.¹⁰

Seorang konsumen yang menderita kerugian akibat pemanfaatan atau kesalahan pelaku usaha yang kurang cermat dalam proses produksi dapat

¹⁰Gunawan Wijaya dan Ahmad Yani, *Hukum Arbitrase*, Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2001, hlm.

menuntut adanya ganti rugi. Hal ini diatur dalam Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Perlindungan konsumen merupakan suatu hal yang baru dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia, meskipun isu tentang perlunya peraturan tersebut sudah diwacanakan sejak lama, tepatnya pada tahun 1970-an, yang ditandai dengan lahirnya Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) pada bulan Mei tahun 1973. Pada awalnya yayasan ini hadir berkaitan dengan adanya rasa mawas diri terhadap segala bentuk promosi yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk memperlancar distribusi barang-barang dalam negeri. Atas desakan dari masyarakat, kegiatan promosi harus diimbangi dengan langkah-langkah pengawasan agar masyarakat tidak dirugikan dan kualitas barangnya terjamin. Desakan masyarakat untuk melindungi dirinya dari barang dan/atau jasa yang rendah mutunya telah memacu untuk memikirkan secara sungguh-sungguh usaha melindungi konsumen serta mulailah gerakan untuk merealisasikan cita-cita itu.¹¹

Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur tentang tuntutan dan upaya untuk mendapatkan ganti rugi yang dapat dilakukan oleh konsumen apabila menderita kerugian yang diakibatkan pemanfaatan produk. Seperti disebutkan pada bab X pasal 45 ayat (1) bahwa setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui

¹¹Gunawan Wijaya dan Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000, hlm. 15-16

peradilan di lingkungan peradilan umum.¹² Ayat (2) menyebutkan bahwa penyelesaian sengketa dapat dilakukan melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan suka rela pihak yang bersengketa.¹³

Adanya ketentuan tersebut dapat melindungi konsumen. Hal ini menjadi salah satu bukti bahwa konsumen yang seharusnya diposisikan sebagai “raja” dihargai dan dilindungi hak-haknya dari niat dan perilaku para pelaku usaha yang tidak sehat. Pilihan penyelesaian sengketa konsumen yang ditawarkan melalui pengadilan atau penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan tersebut harus disepakati oleh kedua belah pihak yang bersengketa.

Ajaran Islam sendiri pada dasarnya adalah panduan bagi manusia untuk bertindak, berinteraksi dan bergaul dengan manusia yang lainnya. Salah satu bentuk interaksi tersebut adalah dalam bidang perdagangan, yang melibatkan dua pihak yaitu pihak pelaku usaha dan pihak konsumen. Perdagangan dibolehkan dengan syarat perdagangan tersebut berada pada norma-norma yang telah ditetapkan oleh ajaran Islam.

Adanya persaingan usaha, motif usaha pada margin dan beragamnya produk yang ditawarkan oleh para pelaku usaha di era sekarang ini dapat memicu tindakan-tindakan yang menjadikan para pelaku usaha keluar dari norma moral dan etika berdagang yang sesuai dengan ajaran Islam. Sehingga hal tersebut dapat menyebabkan adanya kerugian pada konsumen dan berakibat adanya sengketa.

¹²Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, *op.cit.*, hlm. 34

¹³*Ibid.*

Telah disebutkan dalam kitab-kitab fiqh bahwa ada beberapa patokan yang dapat diambil sebagai cara penyelesaian sengketa dalam berinteraksi. Patokan tersebut diatur dalam perdagangan khususnya dalam akad jual-beli. Ada dua hal yang biasanya menjadi sumber perselisihan dalam akad jual-beli, yaitu: *pertama*: tentang harga, *kedua*: tentang pertanggung jawaban resiko apabila terjadi kerusakan atau kemusnahan barang.¹⁴

Ajaran Islam menghendaki penyelesaian suatu sengketa dengan jalan damai atau jalan musyawarah. Agar kedua belah pihak sama-sama puas dan menghindari terjadinya permusuhan. Konsep yang ditawarkan Islam adalah dengan adanya perdamaian (*al-shulhuh*), yaitu suatu akad yang bertujuan untuk mengakhiri perselisihan atau persengketaan.¹⁵

M. Hasbi Ash Shidieqy dalam bukunya *Pengantar Fiqh Muamalah* menyatakan bahwa *al-shulh* adalah akad yang disepakati dua orang yang bertengkar dalam hak untuk melaksanakan sesuatu. Dengan akan ini, dapat hilang perselisihan.¹⁶

Dasar hukum perdamaian (*as-shulh*) adalah firman Allah Swt. dalam Q.S. al-Hujurat (4) ayat 9:

...

¹⁴Gemala Dewi, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, Jakarta: Kencana, 2005, hlm. 86

¹⁵ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002, hlm. 172

¹⁶M. Hasbi Ash Shidieqy, *Pengantar Fiqh Muamalah*, Jakarta: Bulan Bintang, 1984, hlm. 92

Artinya: “*Dan jika dua golongan dari orang-orang mukmin berperang maka damaikanlah antara kedua-nya...*”. (Q.S. al-Hujurat [49]: 9)

Disebutkan pula dalam Q.S. al-Nisa’ (4) ayat 128:

... ..

Artinya : “*...Perdamaian itu amat baik...*”. (Q.S. al-Nisa’ [4]: 128)

Diutamakannya perdamaian sebagai sarana penyelesaian sengketa dalam perdagangan bertujuan untuk mencapai hasil yang dapat memuaskan pihak yang bersengketa. Selain itu juga untuk menghindari adanya permusuhan akibat adanya pihak yang tidak puas dengan hasil keputusan akhir. Dalam perdamaian ini tidak ada pihak yang mengalah total atau pun penyerahan keputusan pada pihak ketiga. Diharapkan dengan adanya perdamaian ini akan menghasilkan *win-win solution*. Dari uraian di atas penulis tertarik untuk menyusun skripsi dengan judul “**TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN DI LUAR PENGADILAN; Analisis terhadap Pasal 45 dan Pasal 47 Undang-undang RI Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen**”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, permasalahan yang diangkat dalam skripsi ini adalah:

1. Bagaimanakan konsep hukum Islam tentang perlindungan konsumen dan penyelesaian sengketa konsumen?

2. Bagaimanakah pandangan hukum Islam terhadap penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan seperti diatur dalam Pasal 45 dan Pasal 47 Undang-undang RI Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan yang diangkat di atas, maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui konsep hukum Islam tentang perlindungan konsumen dan penyelesaian sengketa konsumen.
2. Untuk mengetahui pandangan hukum Islam terhadap penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan seperti diatur dalam Pasal 45 dan Pasal 47 Undang-undang RI Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

D. Tinjauan Pustaka

Persoalan perlindungan konsumen dilihat dari hukum Islam telah banyak dikaji dan diteliti baik dalam bentuk skripsi maupun penelitian lainnya. Untuk melihat posisi penelitian ini di hadapan penelitian yang telah dilakukan, berikut penulis ilustrasikan penelitian terkait dalam bentuk skripsi.

Skripsi yang ditulis oleh Siti Choiriyah (2100075), "Tinjauan Hukum Islam terhadap Perbuatan yang Dilarang Bagi Pelaku Usaha dalam Pasal 8 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen". Skripsi ini lebih

fokus pada persoalan tentang perbuatan-perbuatan yang diidentifikasi oleh Undang-undang tersebut sebagai tindakan yang dapat merugikan konsumen yang dikonversikan dengan hukum Islam. Skripsi tidak sampai membahas tentang bagaimana penyelesaian sengketa konsumen.¹⁷

Skripsi yang ditulis oleh Erna Kurniati (2101085), dengan judul “Analisis Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Relevansinya dengan Jaminan Kehalalan Suatu Produk Bagi Konsumen Muslim”. Skripsi ini membahas tentang jaminan kehalalan suatu produk bagi konsumen muslim dan konsumen pada umumnya. Karena warga Indonesia mayoritas muslim, di mana kehalalan segala sesuatu yang dikonsumsi adalah bagian dari bentuk suatu ibadah terhadap Allah Swt. Skripsi ini juga tidak menyinggung tentang sengketa konsumen apalagi tentang bagaimana menyelesaikan sengketa tersebut.¹⁸

Skripsi yang ditulis oleh Siti Kholishoh (2100025) dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen Menurut Pasal 46 (B) Undang-undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Class Action”. Skripsi ini memaparkan bagaimana jaminan UUPK terhadap adanya kerugian yang timbul akibat pemanfaatan produk yang dilakukan bersama-sama. Dengan

¹⁷Siti Choiriyah, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perbuatan yang Dilarang Bagi Pelaku Usaha dalam Pasal 8 Undang-undang Nomor 8 Tahun 999 tentang Perlindungan Konsumen”, Semarang: Skripsi Fakultas Syari’ah IAIN Walisongo, 2005, td.

¹⁸Erna Kurniati, “Analisis terhadap Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Relevansinya dengan Kehalalan Produk Bagi Konsumen Muslim”, Semarang: Skripsi Fakultas Syari’ah IAIN Walisongo, 2006, td.

gugatan Class Action atau kelompok konsumen yang dirugikan dapat menuntut ganti rugi serta bagaimana pandangan hukum islam terhadap tindakan tersebut. Namun skripsi tidak sampai membahas tentang penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan.¹⁹

Skripsi yang ditulis oleh Sa'adah Lutfi Nur 'Aini (2199188), dengan judul "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Relevansinya dengan Etika Bisnis Islam (Study Analisis Pasal 19 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen)". Isi skripsi ini adalah tentang etika berbisnis Islami yang diterapkan dalam dunia perdagangan sehubungan adanya tanggung jawab pelaku usaha.²⁰ Skripsi ini juga tidak membahas tentang penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan.

Berdasarkan deskripsi di atas, meskipun masih ada hubungan secara tidak langsung dengan topik yang penulis angkat, namun belum ada yang membahas topik tentang pandangan hukum Islam tentang penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan seperti diatur dalam Undang-undang RI Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Oleh karena itu, penulis berkesimpulan belum ada yang membahas topik yang penulis angkat.

¹⁹Siti Kholisoh, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen Menurut Pasal 46 (B) UUPK No. 8 Tahun 1999 Tentang Class Action", Semarang: Skripsi Fakultas Syari'ah IAIN Walisongo, 2005, td.

²⁰Sa'adah Nur 'Aini, "Tanggung Jawab Pelaku Usaha relevansinya dengan Etika Bisnis Islami (Study Analisis Pasal 19 UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen)", Semarang: Skripsi Fakultas Syari'ah IAIN Walisongo, 2004, td.

E. Metode Penelitian

Metode penelitian yang ada sekarang memberikan garis-garis yang sangat cermat dan mengajukan syarat yang ketat. Maksudnya untuk menjaga agar pengetahuan yang dicapai dari suatu penelitian tersebut dapat bobot ilmiah yang setinggi-tingginya.²¹

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian dokumen, yaitu serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah bahan penelitian.²² Penelitian dalam skripsi ini dengan cara menulis, mengedit, mengklasifikasikan, mereduksi dan menjadikan data yang diperoleh dari berbagai sumber seperti majalah, buku, jurnal dan lain-lain yang berkaitan dengan judul yang akan dibahas kemudian dilihat dari sudut pandang Islam.

2. Metode pengumpulan data

Metode pengumpulan datanya diambil dari buku referensi utama, yaitu Undang-undang RI Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Selanjutnya sebagai data skunder, peneliti menelaah buku-buku atau tulisan-tulisan terkait, baik yang berhubungan dengan perlindungan konsumen maupun tentang konsepsi Islam tentang perlindungan konsumen dan penyelesaian sengketa konsumen.

²¹Sutrisno Hadi, *Metodologi Reseach*, Yogyakarta: Andi Offset, 2004, hlm. 4

²²Mestika Zed, *Metode Penelitian Kepustakaan*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2004, hlm. 3

3. Metode analisis data

Metode analisis data yang penulis gunakan adalah analisis isi, yaitu metode untuk menganalisis keseluruhan makna yang terkandung dalam data.²³ Langkah-langkah yang ditempuh sebagai berikut: menginventarisasi materi tentang penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan. Selanjutnya menilai data terkait, mengidentifikasi dan memadukan konsep-konsep yang digunakannya yang penulis tuangkan dalam bab IV.

F. Sistematika Penulisan

Rencana penulisan skripsi ini akan disusun dalam 5 bab yang saling terkait. Kelima bab tersebut adalah sebagai berikut:

Bab I pendahuluan yang memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian dan sistematika penelitian.

Bab II landasan teori yang akan membahas tentang konsep perlindungan konsumen dalam Islam. Bab ini memuat pengertian konsumen dalam Islam, perlindungan konsumen dalam Islam, konsep hukum Islam tentang perdamaian (*al-shuluh*).

Bab III membahas tentang penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan menurut Pasal 45 dan Pasal 47 Undang-undang RI Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Bab ini memuat latar belakang

²³Noeng Muhadjir, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Edisi IV, Yogyakarta: Rake Sarasin, 2002, hlm. 68-69.

terbentuknya Undang-undang RI Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, asas dan tujuan perlindungan konsumen, komposisi Undang-undang RI Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dan penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan menurut Pasal 45 dan Pasal 47 Undang-undang RI Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Bab IV merupakan analisis. Bab ini terdiri atas dua sub bab, yaitu tinjauan hukum Islam tentang perlindungan konsumen dan penyelesaian sengketa konsumen, dan tinjauan hukum Islam terhadap penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan menurut Pasal 45 dan Pasal 47 Undang-undang RI Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Bab V penutup. Bab ini memuat; kesimpulan sebagai jawaban terhadap permasalahan yang diangkat, saran-saran, dan penutup.

BAB II
KONSEP PERLINDUNGAN KONSUMEN
DALAM ISLAM

A. Pengertian Konsumen dalam Islam

Konsumen mengandung pengertian yang sangat luas. Secara harfiah, kata konsumen berasal dari bahasa Inggris-Amerika dari kata *consumer* atau dari bahasa Belanda dari kata *consument*. Pengertian dari *consumer* atau *consument* itu tergantung dalam posisi mana ia berada. Secara kebahasaan, arti kata *consumer* itu adalah lawan dari produsen, yaitu setiap yang menggunakan barang.¹ Oleh karena itu, seperti diungkapkan John F. Kennedy, bahwa semua orang bisa menjadi konsumen.²

Disebutkan dalam Undang-undang RI Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pasal 1, nomor 2, definisi konsumen adalah, "Setiap orang pemakai barang, atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, orang lain, maupun makhluk yang lain dan tidak untuk diperdagangkan".³

Adapula definisi konsumen yang lebih luas, seperti di Spanyol dengan batasan bahwa konsumen adalah setiap individu atau kelompok yang menjadi pembeli atau pemakai akhir dari kepemilikan khusus, produk, atau pelayanan dan

¹Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen; Suatu Pengantar*, Yogyakarta: Daya Widya, 1999, hlm. 3.

²Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Grasindo, 2000, hlm. 2.

³*Undang-undang RI Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*, Yogyakarta: Pustaka Yustisia, 2006, hlm.1

kegiatan, tanpa memperhatikan apakah ia berasal dari pedagang, pemasok, produsen pribadi atau publik, atau apakah ia berbuat sendiri atau kolektif.⁴

Menurut Muhammad dan Alimin, bahwa definisi konsumen dalam Islam berangkat dari konsep Islam terhadap harta, hak dan kepemilikan dengan transaksi atau tidak. Menurut sistem ekonomi Islam, konsumen adalah "setiap orang, kelompok atau badan hukum pemakai suatu harta benda atau jasa karena adanya hak yang sah, baik ia dipakai untuk pemakaian akhir ataupun untuk proses produksi selanjutnya".⁵

Konsumen dalam hukum ekonomi Islam tidak terbatas pada orang-perorangan saja, tapi mencakup suatu badan hukum (*al-syakhshiyat al-ma'nawiyah*) seperti yayasan wakaf atau perusahaan dan lembaga tertentu. Kata "pemakai" yang terdapat pada Undang-undang RI Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen di atas sesuai dengan substansi konsumen yang ada dalam Islam karena pemakaian tidak hanya berasal dari sebuah transaksi tukar menukar, namun banyak mencakup aspek lain seperti konsumen terhadap barang-barang konsumsi yang manusia berserikat padanya seperti air, api dan garam sebagaimana yang tertera dalam sebuah hadits yang bermaksud bahwa seseorang tidak berhak menahan sumber-sumber ekonomi umum atas manusia lainnya.

Dengan demikian dalam hukum ekonomi Islam tidak ada bedanya antara pemakai akhir (*final consumer*) dengan pemakai medium (*intermediary*

⁴ Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi UGM, 2004, hlm. 129.

⁵*Ibid.*, hlm. 30.

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

B. Perlindungan Konsumen dalam Islam

Dilihat dari perbandingan antara definisi ekonomi dalam Islam dengan ekonomi umum, dapat terlihat bahwa acuan Islam pada perlindungan konsumen lebih konkrit dan tegas daripada ditawarkan oleh ekonomi umum. Sebagai contoh, metode induktif (*al-manhaj al-istinbathi*) ekonomi umum menyatakan bahwa manusia adalah "makhluk ekonomi", kemudian pernyataan umum ini akan menghasilkan konklusi terhadap konsumen bahwa ia akan berusaha memenuhi kebutuhannya, dengan mencapai kenikmatan yang paling besar dan menjauhkan diri dari kesusahan sebisa mungkin. Padahal ilmu ekonomi umum tidak akan memperhatikan bentuk pemenuhan kebutuhan tersebut, apakah ia halal atau haram, apakah ia baik ataukah keji. Terhadap produsen, dalam aktivitas ekonominya ia akan berusaha merealisasikan untung sebesar-besarnya dengan mengeluarkan pengerobanan (ongkos) sekecil mungkin, sedangkan

mereka tidak akan mempertimbangkan apakah ia bermuatan eksploitasi terhadap pihak lain ataukah berada dalam koridor keadilan.⁶

Dengan memasukkan unsur "nilai-nilai" atau "prinsip-prinsip ajaran Islam yang integral" dalam definisi ekonomi Islam, maka segala aktivitas ekonomi dalam Islam harus berada dalam koridor prinsip-prinsip dasar ekonomi Islam. Mempelajari ilmu ekonomi tidak terpisahkan sama sekali dengan hukum ekonomi, ia berjalan sinkron.

Itulah sebabnya, kajian ekonomi Islam berada dalam kajian fikih (hukum Islam) karena dalam hukum fikih terdapat hukum *taklifi* atau hukum *wadh'i*, yang selanjutnya memberikan sanksi atau akibat hukum duniawi dan ukhrawi. Untuk itu terdapat dua pengawasan perlindungan konsumen dalam Islam, yaitu sanksi religi berupa halal, haram, dosa dan pahala, dan sanksi hukum positif Islam dengan segala perangkatnya, seperti dewan *hisbah* dan peradilan.⁷

Kelemahan konsumen dalam berhadapan dengan produsen berkisar pada karena kebodohan atau ketidaktahuan akan barang dan kebutuhan (*consumer ignorance*). Selain itu juga kelemahan dalam hal tawar menawar ekonomis, sosial dan edukasional, sehingga meletakkan posisi konsumen pada kondisi *take it or leave it*.

Kitab-kitab dalam bidang *mu'alamat* sarat dengan perlindungan konsumen, dan hal ini merupakan sebuah khazanah yang dapat dijadikan sebagai sumber hukum untuk perlindungan konsumen kontemporer, baik berupa hukum-hukum

⁶Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006, hlm.4.

⁷Muhammad dan Alimin, *op.cit.*, hlm. 133-134.

yang sudah terperinci ataupun hukum-hukum yang bersifat umum (*qaidah kulliyah*) di mana ia akan diterapkan pada setiap tempat dan zaman. Untuk melindungi para konsumen, maka dalam fikih Islam dikenal berbagai perangkat istilah hukum, seperti pelarangan *ba'i al-gharar* (jual beli mengandung tipuan), pemberlakuan hak *khiyar* (hak untuk melangsungkan atau membatalkan transaksi karena alasan diterima), beberapa hal yang merusak kebebasan transaksi seperti adanya *al-ghalt* (tidak adanya persesuaian dalam hal jenis atau sifat barang) dan *al-ghu'bu* (adanya tipuan yang disengaja) dan masih banyak lagi lainnya. Dari sini, terdapat beberapa segi yang dapat dijadikan perisai bagi perlindungan konsumen, yaitu:

Pertama, ada sebuah prinsip hukum publik dalam Islam yang berbunyi bahwa: *Hukum publik adalah salah satu dari hukum-hukum Allah Swt*". Prinsip ini berkaitan dengan hukum pidana dan semua hukum yang berkaitan dengan pelanggaran umum. Hukum publik ini harus ditegakkan oleh para pemerintah walaupun dengan tidak adanya tuntutan dari rakyat, kalau demikian pemerintah adalah pengawas langsung dari pelaksanaan hukum publik ini. Peran semua perangkat hukum di sini sangat berperan, seperti kehakiman (*al-qadhi*), polisi dan *wali hisbah*.

Kedua, apabila terbentur kepentingan antara hak publik dengan hak individu, maka hak publik lebih diprioritaskan karena ia adalah hak Allah. Dalam hal ini konsumen pada umumnya adalah pihak publik.

Ketiga, seseorang tidak dapat menggunakan haknya secara semena-mena. Tindakan monopoli dan pelanggaran dalam kehidupan bertetangga atau

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

Keempat, hak manusia yang ditetapkan oleh syara' tidak boleh digururkan, seperti hak pembeli dalam transaksi *khiyar al-ru'yah* sebelum melihat barang yang akan dibeli, hak *syuf'ah* sebelum terjadi akad jual beli karena hak ini belum terjadi. Hal ini jelas dapat mengatasi kaidah kontrak standar dimana dalam Islam suatu perjanjian tidak bisa dilegalkan begitu saja secara sepihak, namun harus berada dalam koridor hukum syara'.

Kelima, adanya hak perlindungan lingkungan yang dikembangkan dari *huquq al-irtifaq* dan terdapat sanksi-sanksi hukum yang tegas akibat pemakaian hak secara sewenang-wenang⁸

Selain itu, perlu dikemukakan berbagai kemungkinan terhadap penyalahgunaan kelemahan yang dimiliki konsumen yang dapat terjadi: 1) Ketika sebelum transaksi jual beli berlangsung (pratransaksi) berupa iklan dan promosi yang tidak benar. 2) Ketika transaksi itu sendiri sedang berlangsung dengan cara tipu muslihat. 3) Ketika transaksi telah berlangsung, di mana pelaku usaha tidak tahu menahu dengan kerugian yang ditanggung konsume (purnatransaksi).⁹

Berikut adalah langkah perlindungan konsumen yang sangat ditekankan dalam sistem ekonomi Islam:

⁸ *Ibid.*, hlm. 143-144.

⁹ Muhammad Muflih, *op.cit.*, hlm. 11-12.

1. Perlindungan dari Pemalsuan dan Informasi Tidak Benar

Sebelum membeli seorang konsumen tentu akan mencari informasi tentang berbagai aspek dari suatu barang atau produk. Kelengkapan suatu informasi, daya tarik dan kelebihan suatu barang atau produk menjadi faktor yang sangat menentukan bagi konsumen untuk menentukan pilihannya. Informasi merupakan hal pokok yang dibutuhkan oleh setiap konsumen. Untuk zaman sekarang media yang digunakan oleh pelaku usaha tidak hanya berupa promosi lisan atau tulisan-tulisan saja, namun sudah menyebar pada seluruh media komunikasi dan telekomunikasi yang tersedia, seperti surat kabar, televisi, faks, telepon, dan internet. Perkembangan pemakaian alat-alat promosi canggih, sungguh meletakkan konsumen pada kondisi rawan, bahkan zaman sekarang, konsumen dihadapkan pada apa yang dikenal dengan *consumer ignorance*, yaitu ketidakmampuan konsumen menyeleksi informasi akibat kemajuan teknologi dan keragaman produk yang dipasarkan, sehingga hal ini dapat saja disalahgunakan oleh para pelaku usaha. Konsumen harus diberi rasa aman dalam mendapatkan suatu informasi yang jujur dan bertanggungjawab.¹⁰

Fenomena pemalsuan dan penipuan karena adanya keahlian dan teknologi yang dimiliki oleh para pelaku pada hakekatnya tidak hanya terjadi pada zaman kemajuan teknologi modern ini. Ibnu al-Qayyim al-Jauziyah (w. 751 H/1350 M) pernah memperingatkan wali *hisbah* untuk benar-benar

¹⁰ Muhammad dan Alimin, *op.cit.*, hlm. 197.

memperberat hukuman bagi mereka yang menyalahgunakan keahlian mereka untuk menipu masyarakat.¹¹

Kebenaran dan keakuratan informasi ketika seorang pelaku usaha mempromosikan barang dagangannya sangat diperhatikan oleh Islam. Islam tidak mengenal sebuah istilah kapitalisme klasik yang berbunyi "*ceveat emptor*" atau "*let the buyer beware*" (pembelilah yang harus berhati-hati), tidak pula "*ceveat venditor*" (pelaku usahalah yang harus berhati-hati) tetapi dalam Islam yang berlaku adalah prinsip keseimbangan (*al-ta'adul*) atau *ekuilibrium* dimana pembeli dan penjual harus berhati-hati di mana hal itu tercermin dalam teori perjanjian (*nazhariyyat al-uqud*) dalam Islam.

Informasi yang harus diberikan pada pembeli tidak hanya berhubungan dengan kualitas dan kuantitas suatu barang, tetapi juga berkaitan dengan efek samping, atau bahaya pemakaian, perlindungan terhadap kepercayaan agama tertentu, seperti informasi halal atau haramnya suatu produk. Resiko pemakaian barang akan dikenakan pada pelaku usaha sebagai penyebab (*tasabbub*) kerugian karena melanggar prinsip hati-hati (*'adam al-ihtiyath*) atau sewenang-wenang dalam penggunaan hak (*al-ta'assuf fi al-isti'mal al-haq*).

Salah satu tujuan promosi atau iklan yang tidak jujur adalah agar barang dagangan tersebut laris dan menarik pembeli untuk membelinya yang dalam fikih Islam disebut *al-ghurur*. *Al-ghurur* ialah: usaha membawa dan menggiring seseorang dengan cara yang tidak benar untuk menerima suatu

¹¹Ibn Qayim al-Jauziyyah, *al-Thuruq al-Hukmiyah fi al-Siyasah al-Syar'iyah*, Kairo: al-Mu'sasat al-Arabiyah, 1961, hlm. 281.

hal yang tidak memberi keuntungan disertai dengan rayuan bahwa hal itu menguntungkannya, sedangkan sekiranya ia mengetahui hakikat ajakan tersebut, maka ia tidak akan mau menerimanya.

Tindakan *al-ghurur* ada yang bersifat perkataan atau perbuatan. Contoh perbuatan *al-ghurur* adalah memberi cat suatu benda untuk menyembunyikan cacat atau jenisnya, dan seperti perbuatan yang populer dalam istilah ahli fikih dengan nama ternak *tashriyyah*. Sedangkan contoh dari perkataan *al-ghurur* adalah ucapan bohong yang membuat seseorang melakukan sesuatu, seperti promosi atau iklan bohong yang menyatakan keunggulan suatu produk. Segala bentuk perbuatan *al-ghurur* yang mengakibatkan kerugian pad seseorang mengharuskan pelaku *al-ghurur* tersebut mengganti kerugian yang terjadi. Para ulama sepakat bahwa seluruh akad yang mengandung unsur *ghurur* tidak sah.¹²

Perbuatan memberikan informasi yang tidak benar seperti iklan-iklan bohong yang terdapat pada berbagai media massa adalah salah satu dari bentuk penipuan. Apabila penipuan tersebut berkaitan dengan upaya merusak kemaslahatan umum, maka berarti orang tersebut telah melanggar salah satu hak-hak Allah Swt., yaitu hak publik.

Solusi hukum yang diberikan Islam terhadap konsumen apabila terjadi ketidaksesuaian antara promosi dengan sifat barang, maka konsumen akan mempunyai hak *khiyar tadlis (katm al-'uyub)*, yaitu hak untuk membatalkan atau melanjutkan transaksi karena menyembunyikan cacat barang, seperti

¹²Ghufroon A. Mas'adi, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, Semarang: Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002, hlm. 133.

pedagang yang mendemonstrasikan suatu barang, sehingga kelihatan barang tersebut mempunyai kelebihan melebihi keadaan sebenarnya. Terdapat juga *khiyar 'aib*, yaitu kurangnya kualitas barang atau kurangnya nilai barang tersebut dikalangan ahli pasar, dan *khiyar al-ru'yah*, yaitu hak *khiyar* terhadap pembeli ketika melihat barang yang akan dibeli karena ketika akad berlangsung ia tidak menyaksikan barang tersebut. Penulis melihat bahwa penerapan *khiyar al-rukayah* sangat urgen pada zaman sekarang karena banyaknya transaksi melalui media elektronika khususnya yang bersifat pesanan. Sedangkan pembeli belum mengetahui barang tersebut dengan seksama.¹³

2. Perlindungan terhadap Hak Pilih dan Nilai Tukar Tidak Wajar

Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi terjadinya harga tidak normal di pasar, di antaranya: (a) Permainan harga yang disebabkan oleh praktek monopoli dan persaingan yang tidak sehat (*al-ihthikar*), (b) Penyalahgunaan kelemahan yang terdapat pada diri konsumen seperti keadaan lugu-*istirsal*, tidak terpelajar atau keadaan konsumen yang sedang terdesak untuk memenuhi suatu kebutuhannya -*dharurah*, (c) Penipuan dan informasi yang tidak informatif - *al-ghurur*.

Untuk mengatasi berlakunya harga yang tidak normal di pasar, fiqh Islam menawarkan banyak solusi, seperti:

- a. Pelarangan praktek riba
- b. Pelarangan monopoli dan persaingan tidak sehat

¹³ Muhammad dan Alimin, *op.cit.*, hlm. 205.

- c. Pemberlakuan *al-tas'ir* atau proteksi harga (*fixing price*) ketika harga-harga barang tidak terkendali.
- d. Pemberlakuan *khiyar al-ghubn al-fahisy* (perbedaan nilai tukar menyolok)
- e. Pemberlakuan *khiyar al-mustarsil*, yaitu jika pembeli tidak tahu harga di pasar dan tidak pandai menawar.
- f. Pelarangan jual beli *al-najsy*, yaitu seseorang menambah atau melebihi harga dengan maksud memancing-mancing orang agar mau membeli barang kawannya padahal ia sendiri tidak membelinya.
- g. Pelarangan jual beli *talaqi rukban* yaitu perbuatan pedagang suatu pasar yang sengaja mencegat pedagang dari luar kota sebelum sampai di pasar dengan tujuan membeli dengan harga murah, lalu menjualnya dengan harga tinggi.¹⁴

3. Perlindungan terhadap Keamanan Produk dan Lingkungan Sehat

Kemajuan teknologi dan berkembangnya volume perekonomian dan perdagangan menuntut pengawasan ekstra terhadap resiko-resiko yang mungkin timbul akibat penggunaan produk tertentu. Hal inilah benar-benar menuntut tegaknya *cevat venditor* (pelaku usahalah yang harus berhati-hati, bukan pembeli). Adanya *consumer ignorance* mengakibatkan mudahnya terjadi bahaya atau efek samping yang akan menimpa konsumen. Sebagai contoh, kasus untuk obat flu masyarakat diresahkan oleh adanya kandungan senyawa *phenypropanolamine* (PPA) karena dapat menyebabkan store dan

¹⁴ *Ibid.*, hlm. 206-217.

pendarahan otak, di mana menurut Ditjen POM (Pengawas Obat dan Makanan) terdapat 30 jenis obat yang mengandung *phenylpropanolamine* (PPA) lebih dari 15 mg. Terdapatnya berbagai produk yang dapat membahayakan konsumen seperti minuman keras dan penyalahgunaan narkotika dan psikotropika perlu mendapat pengawasan dari pemerintah. Buruknya kondisi lingkungan yang disebabkan oleh pelaku usaha pada umumnya, perlu juga mendapat perhatian serius karena setiap makhluk hidup adalah konsumen atas lingkungan hidupnya.¹⁵

Menurut ajaran Islam, terdapat lima hal yang wajib dijaga dan kemaslahatannya menjadi tujuan pokok syari'ah (*al-dharuriyyat al-khamsah*), yaitu agama (*al-din*), jiwa (*an-nafs*), akal (*al-'aql*), keturunan (*an-nasl*), dan harta (*al-mal*), sedangkan sebagian ahli hukum Islam ada juga yang menambahkan dengan kehormatan (*al-ardh*), namun menurut penulis kehormatan tersebut sudah tercakup dalam penjagaan *al-nafs* (jiwa). Bila dihubungkan resiko yang diakibatkan oleh cacat produk atau sikap tidak bertanggungjawab dari suatu produk, maka tujuan pokok yang lima lebih terfokus pada penjagaan jiwa, akal dan harta.¹⁶

Untuk barang-barang yang bersifat membahayakan seperti minuman keras dan narkotika, Islam tidak menganggap barang tersebut sebagai barang yang bernilai (*ghairu mutaqawwim*). Pemerintah boleh menghancurkan atau membakar pabrik minuman keras atau narkotika yang dimiliki oleh kaum muslimin, dan tidak akan mewajibkan mengganti rugi. Komitmen Islam

¹⁵ Muhammaf Muflih, *op.cit.*, hlm. 29-32.

¹⁶ Ramli Hs, dkk., *Memahami Konsep Dasar Islam*, Semarang: Aneka Ilmu, 2003, hlm. 108-109.

terhadap barang-barang semacam ini tidak diragukan lagi. Khalifah Ali ibn Abi Thalib dan Umar bin Khattab pernah menghancurkan perusahaan pembuat arak di desa Zararah karena arak bukan harta *mutaqawwim*, sedangkan penghancuran tempat pembuatan arak adalah hukuman *ta'zir mali* (hukum bersifat penghancuran harta) atas kesalahan pengusaha.¹⁷

Terhadap barang berbahaya semacam rokok, apabila para dokter sudah menyatakan bahwa ia hanya akan mendatangkan bahaya (*al-dharar al-mahdh*) terhadap para konsumen, maka berdasarkan teori penjagaan lima hal pokok (*al-dharuriyyat al-khamsah*), rokok harus dinyatakan sebagai suatu produk terlarang. Setidaknya pelarangan merokok dapat memakai asas keselamatan lingkungan dan hidup bertetangga (*huquq al-irtifaq*) dengan cara melarang dan menuntut ganti rugi atau denda bagi mereka yang merokok di tempat-tempat umum, seperti kantor, rumah makan, bis kota, dan keramaian. Untuk pelaksanaannya menjadi kewajiban wajib jawaban *al-hisbah* yang bertugas menegakkan segala hal yang ma'ruf dan mencegah semua perbuatan munkar di masyarakat.¹⁸ Semua kerugian, bahaya materil atau jiwa yang menimpa konsumen sebagai akibat buruk dari produk pelaku usaha harus ditanggung oleh pelaku usaha sesuai dengan prinsip ganti rugi (*dhaman*) yang terdapat dalam hukum Islam.

¹⁷ Muhammad dan Alimin, *op.cit.*, hlm. 217-218.

¹⁸ *Ibid.*, hlm. 218.

4. Perlindungan dari Pemakaian Alat Ukur Tidak Tepat

Permasalahan ketepatan alat ukur adalah sebuah permasalahan lama, namun masalah ini tidak kunjung habis. Ketetapan alat ukur tradisional tentu tidak dapat disamakan dengan alat-alat ukur kontemporer. Misalnya, barangkali tidak terlalu banyak ditemukan terjadinya penipuan dalam masalah timbangan atau ukuran panjang, suatu barang dibeli pembeli karena zaman sekarang, hampir setiap rumah mempunyai alat ukur sejenis.

Namun ketepatan alat ukur yang kita maksud lebih relevan dengan zaman sekarang adalah ketepatan antara sifat dan kualifikasi barang, yang diminta dengan yang diserahkan dari segala segi, mulai dari ukuran berat, isi, kandungan, dan semua yang tertulis pada label atau yang dijanjikan oleh penjual. Betapa banyak barang-barang yang jauh berbeda dengan label dengan kandungan isi dan kriteria yang ditemui konsumen karena sulit bagi sembarang orang untuk mengetahui akibat kemajuan teknologi.

Menurut sistem pemerintahan Islam, jawatan yang aktif memeriksa ketepatan alat ukur adalah jawatan *al-hisbah*.¹⁹ Ibn Taimiyah dalam hal ini menengahkan dalil-dalinya dari dua ayat al-Qur'an:

‘
‘
...

Artinya:

”Celakalah orang-orang yang berbuat curang, yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi.

¹⁹*Ibid.*, hlm. 221.

Dan apabila mereka menimbang untuk orang lain, mereka merugikan". (Q.S. al-Muthaffifin, [83]: 1-3.)²⁰

Sedangkan perbuatan mengurangi kadar atau komposisi barang, berlawanan dengan firman Allah Swt.:

Artinya:

"Dan Syaib berkata: "Hai kaumku, cukupkanlah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-hak mereka dan janganlah kamu membuat kejahatan di muka bumi dengan membuat kerusakan." (Q.S. Hud, [11]: 85).²¹

5. Hak Mendapat Advokasi dan Penyelesaian Sengketa

Menurut ajaran Islam, apabila hal-hal yang berkaitan dengan hak-hak manusia, apabila dua belah pihak yang bersengketa tidak dapat menyelesaikan masalah mereka secara damai (*al-shuluh*), maka mereka tidak akan dapat memutuskan suatu hukum kecuali dengan melalui peradilan (*al-qadla*). Apabila kedua belah pihak yang bersengketa merasa keberatan untuk menyelesaikan perkara mereka di depan hakim pengadilan, maka mereka juga dapat mengupayakan penyelesaiannya dengan cara *tahkim* (arbitrase), yaitu melalui seorang penengah atau *al-ahkam* (*arbiter*) yang akan memberi keputusan yang harus ditaati oleh kedua belah pihak.²²

Menurut ajaran Islam, semua warga negara mempunyai hak dan kewajiban sama terhadap hukum. Islam tidak mengenal hak prerogatif bagi

²⁰Tim Penyelenggara Penterjemah al-Qur'an, *al-Qur'an dan Terjemahnya*, , Medinah: Mujamma' al-Malik Fahd li Thiba'at al-Mushaf al-Syarif, 1418 H., hlm. 1035.

²¹*Ibid.*, hlm. 340.

²²Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, Jakarta: Sinar Grafika, 2000, hlm. 178-186.

seorang presiden misalnya, sehingga dalam memperlakukan kedua belah pihak yang bersengketa, hakim juga harus adil. Dengan demikian, sesungguhnya penyelesaian yang paling baik terhadap perlindungan hak konsumen adalah dengan adanya hukum dan badan pengawas pemerintah yang akan mampu memonitor segala pelanggaran hak konsumen.²³

6. Perlindungan dari Penyalahgunaan Keadaan

Pada hakekatnya, penyalahgunaan keadaan mempunyai maksud yang sama dengan eksploitasi status sosial atau keunggulan informasi, keadaan terpelajar, dan ekonomis yang dimiliki oleh salah satu pihak yang berakad. Ketika Islam mengharamkan riba sebenarnya pada saat yang sama, Islam melarang adanya eksploitasi terhadap kebutuhan orang lain karena secara ekonomis orang-orang yang meminjam dengan membayar riba tersebut dalam keadaan terdesak secara ekonomis.

Masalah penyalahgunaan keadaan juga dimasukkan oleh para ahli fiqh ke dalam bahasan cacad kehendak (*'uyub al-iradah*). Sangat banyak conch praktis yang diketengahkan oleh para ulama tungan akan yang mengandung eksploitasi atau penyalahgunaan keadaan, yaitu:

- a. Bai al-mustarsil, yaitu seseorang yang tidak pandai menawar atau seorang pembeli yang tidak tahu harga pasaran, sehingga ia membeli dengan mempercayakan pembelian pada pedagang.
- b. Bai al-dharuriyah, yaitu penjualan yang dilakukan oleh seseorang yang terdesak secara ekonomis di mana ia menjual suatu barang miliknya

²³Muhammad dan Alimin, *op.cit.*, hlm. 224.

karena untuk membayar utang, atau untuk memenuhi kebutuhan yang sangat mendesak.

- c. Bai al-washi mal al-qashir, yaitu jual beli seorang wali terhadap harta orang yang di bawah perwaliannya, seperti anak yatim, orang gila, orang bodoh dan anak yang masih kecil.
- d. Bai talaqi rukban, yaitu perbuatan pedagang suatu pasar yang sengaja mencegat pedagang dari luar kota sebelum sampai di pasar dengan tujuan membeli dengan harga murah, lalu menjualnya dengan harga tinggi.

7. Hak Mendapat Ganti Rugi Akibat Negatif Produk

Apabila suatu barang telah rusak di tangan pembeli, kemudian ia mengetahui bahwa terdapat cacat pada barang tersebut, pembeli berhak menuntut kerugian senilai cacat yang terjadi, dengan cara penghitungan nilai apabila barang tersebut sempurna. Sedangkan patokan harga diambil dari harga terendah pada hari terjadinya transaksi.

Menurut Imam Syafi'i dan Imam Malik, pelepasan tanggung jawab cacat barang hanya berlaku untuk cacat yang terdapat pada waktu transaksi terjadi karena sesuai ketentuan *khiyar aib*. Ibn Abidin menyatakan bahwa patokan harga sesuai dengan waktu dan tempat transaksi, namun apabila mata uang yang berlaku ketika akad tidak berlaku lagi pada saat ganti rugi, yang dituntut nilainya (*al-qimah*), bukan barang semisal (*al-mitsl*).²⁴

Adanya kecenderungan pelaku usaha untuk tidak mau tahu atas kerugian yang diderita konsumen, benar-benar mengharapakan sebuah hukum

²⁴ *Ibid.*, hlm. 231.

yang dapat memberi perlindungan pada konsumen. Di antara hukum tersebut adalah hukum yang dalam waktu bersamaan pihak pemerintah dan rakyat dapat menjadi pihak menuntut. Hukum semacam ini disebut dengan hukum *hudud Allah* dan hak-hak publik (*huqul Allah*). Seperti yang dikatakan Ibn Taimiyah bahwa hukum-hukum semacam ini harus ditegakkan oleh pihak penguasa. Contoh dari perbuatan *hudud* adalah pencurian, perampokan, pembunuhan dan perzinahan. Sedangkan contoh perbuatan tidak termasuk *hudud*, namun ia adalah hak-hak Allah, seperti perbuatan merusak ketertiban umum, mencuri uang negara, dan dalam bidang perekonomian seperti memalsukan makanan, pakaian, memalsukan takaran dan timbangan, bersumpah palsu. Untuk hukuman ini berlaku hukuman *ta'zir*, yang kadarnya ditentukan pihak penguasa atau yang berkompeten. Penegakkan hukuman *hudud* dan *huqul Allah* pada zaman sekarang, mirip dengan hukum publik atau hukum Administrasi Negara. Pelaksanaan hukum publik ini diawasi dan ditegakkan oleh *wali hisbah*.

Ada sebuah prinsip dasar hukum Islam yang berasal dari Nabi Muhammad Saw. sebagai pijakan fiqh Islam, yang berbunyi: "*Tidak boleh ada tindakan bahaya dan membahayakan dalam Islam*" (HR. Ahmad dan Ibnu Majah). Artinya, segala kerusakan yang ditimbulkan oleh seseorang harus dihapuskan baik secara langsung ataupun tidak langsung, baik secara sengaja (*al-'amd*) maupun tersalah (*al-khata*). Sedangkan orang yang

mendapat kerugian harus mendapat ganti rugi (*dhaman*) atas kerusakan yang ditimbulkan tersebut sebagai kompensasi.²⁵

Kerugian fisik yang diderita konsumen karena cacat produk atau penipuan dapat dikatakan sebagai perbuatan tersalah. Keadaan tersalah dalam hubungan manusia dengan Allah Swt. memang dapat tidak memberikan resiko apa-apa, namun dalam hubungan dengan sesama manusia, maka tanggung jawab seseorang tidak akan terlepas. Kerugian yang diderita seseorang karena perbuatan orang lain, harus diberi ganti rugi yang disebut dengan *jawabir* (penutup masalah yang hilang).²⁶

C. Konsep Hukum Islam tentang Perdamaian (al-Shulh)

1. Pengertian al-Shulh

Kata perdamaian merupakan ungkapan yang sudah umum dikenal masyarakat ketika terjadi sengketa yang dalam literatur-literatur fiqh diperkenalkan dengan istilah *al-shulh* yang di dalamnya terkandung pengertian sejenis akad untuk mengakhiri suatu perselisihan. Dengan ungkapan lain sebagai suatu kesepakatan untuk menyelesaikan pertikaian secara damai dan saling rela.

Secara kebahasaan, *al-shulh* menurut Muhammad Syartha al-Dimyati adalah *qath'u al-naza'i*, artinya memutuskan pertengkaran.²⁷ Menurut Sayyid Sabiq, *al-shulh* berarti memutus perselisihan.²⁸

²⁵ *Ibid.* hlm. 233.

²⁶ *Ibid.*, hlm.234.

²⁷ Muhammad Syatha al-Dimyati, *I'anat Thalibin*, Semarang: Toha Putra, t.th., hlm. 81.

²⁸ Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah*, terj. Nor Hasanuddin, Jakarta: Pena Pundi Aksara, 2004, hlm. 327.

Sedangkan menurut istilah, *al-shulh* didefinisikan berbeda oleh para ulama, meskipun maksudnya sama. Taqiyuddin Abu Bakr Ibn Muhammad al-Husaini mendefinisikan *al-shulh* sebagai “akad yang memutuskan perselisihan dua pihak yang berselisih”.²⁹ Ibrahim al-Bajuri mendefinisikan *al-shulh* “akad yang berhasil memutuskan perselisihannya”.³⁰ M. Hasbi Ash Shiddieqy mendefinisikan *al-shulh* “kesepakatan dari dua orang yang berselisih mengenai suatu hak untuk melaksanakan sesuatu dengan menghilangkan perselisihan”.³¹ Sayyid Sabiq mendefinisikan “*al-shulh* adalah suatu jenis akad untuk mengakhiri perlawanan antara dua orang yang berlawanan”.³²

Al-Shulh merupakan istilah denotatif yang sangat umum. Istilah ini bisa berkonotasi perdamaian dalam lapangan kehartaabendaan, perdamaian dalam permusuhan, perdamaian dalam rumah tangga, perdamaian antar sesama muslim, maupun muslim dengan non muslim. Secara jelas dalam ajaran Islam perdamaian adalah perbuatan yang sangat terpuji.³³

Dengan demikian, kiranya dapat dipahami bahwa yang dimaksud dengan *al-shulh* merupakan akad yang bertujuan untuk mengakhiri perselisihan atau persengketaan.

²⁹Taqiyuddin Abu Bakr bin Muhammad al-Husaini, *Kiafayat al-Akhyar*, Bandung: PT. Al-ma'arif, t.th., hlm. 271.

³⁰Ibrahim al-Bajuri, *al-Bajuri*, Indonesia: Daar al-Ihya, t.th., hlm. 371.

³¹M. Hasbi Ash Shiddieqy, *Pengantar Fiqh Muamalah*, Semarang: PT. Pustaka Rizki Putra, 2001, hlm. 101.

³²Sayyid Sabiq, *loc.cit.*

³³Helmi Karim, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1997, hlm. 49.

2. Dasar Hukum al-Shulh

Perdamaian (*al-shulh*) *disyari'atkan* di dalam al-Qur'an, sunnah, dan ijma' ulama. Hal itu agar tercapai kesepakatan sebagai pengganti dari perselisihan dan agar permusuhan antara dua pihak dapat dileraikan. Hal ini seperti tertuang dalam Q.S. al-Hujarat [49] ayat 9:

...

Artinya:

"Dan jika dua golongan dari orang-orang mukmin berperang, maka damaikanlah antara keduanya ...". (Q.S. al-Hujarat, [49]: 9).³⁴

Demikian halnya disebutkan dalam Q.S. al-Nisa' [4] ayat 114:

...

Artinya:

"Tidak ada kebaikan pada kebanyakan bisikan-bisikan mereka, kecuali dari bisikan-bisikan orang-orang yang menyuruh (manusia) memberi sedekah, berbuat makruf atau mengadakan perdamaian di antara mereka...". (Q.S. al-Nisa', [4]: 114).³⁵

Disebutkan pula dalam Q.S. al-Nisa'[4] ayat 128:

...

...

Artinya:

"... Perdamaian itu amat baik...". (Q.S. al-Nisa: 128).³⁶

Dasar hukum sunnah juga dapat ditemukan bahwa Rasulullah Saw. menganjurkan untuk melaksanakan perdamaian, dalam sebuah hadits yang diriwayatkan oleh Ibn Hibban dan Turmudzi, dari Umar bin Auf al-Muzzani:

³⁴ Tim Penyelenggara Penerjemah al-Qur'an, *op.cit.*, hlm.

³⁵ *Ibid.*, hlm.

³⁶ *Ibid.*, hlm.

Artinya:

"Perdamaian dibolehkan di kalangan kaum muslimin, selain perdamaian yang mengharamkan yang halal atau mengalalkan yang haraman. Dan orang-orang Islam (yang mengadakan perdamaian itu) bergantung pada syarat-syarat mereka (yang telah disepakati), selain syarat yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram". (HR. Turmudzi).³⁷

Sedangkan landasan ijma' bahwa para ulama telah sepakat perdamaian itu telah disyari'atkan.

3. Syarat dan Rukun al-Shulh

Dari sisi akad, arti *shulh* mencakup makna dalam berbagai bentuk transaksi. Bisa jadi *shulh* itu berlaku pada jual beli, kasus hibah, *ijarah*, *i'arah*, ataupun persoalan-persoalan transaksi lainnya yang diperbolehkan. Dengan demikian, persoalan *al-shulh* tidka keluar dari salah satu makna transaksi tersebut.

Rukun-rukun al-shulh adalah sebagai berikut:

- a. *Mushalih*, yaitu masih-masih pihak yang melakukan akad perdamaian untuk menghilangkan permusuhan atau sengketa.
- b. *Mushalih anhu*, yaitu persoalan-persoalan yang diperselisihkan atau disengketakan.
- c. *Mushalih alaih*, yaitu hal-hal yang dilakukan oleh salah satu pihak terhadap lawannya untuk memutuskan perselisihan. Hal ini disebut juga dengan istilah *badal al-shulh*.

³⁷ Ibn Hajar al-Asqalani, *Bulugh al-Maram*, Semarang: Toha Putra, t.th., hlm. 56.

- d. *Shighat ijab* dan *qabul* di antara dua pihak yang melakukan akad perdamaian.

Ijab dan *qabul* dapat dilakukan dengan lafadz atau dengan apa saja yang menunjukkan adanya *ijab qabul* yang menimbulkan perdamaian, seperti perkataan; "Saya berdamai denganmu, saya bayar utangku padamu, saya ganti kerugianmu", dan pihak lain menjawab; "Telah aku terima". Dengan adanya *al-shulh*, penggugat berpegang kepada suatu yang disebut *badal al-shulh* dan tergugat tidak berhak meminta kembali dan menggugurkan gugatan.³⁸

Adapun syarat para pihak yang melakukan perdamaian adalah sebagai berikut:

- a. Berakal sehat. Tidak sah suatu perdamaian yang dilakukan oleh orang gila atau anak-anak yang belum berakal, yang belum bisa membedakan antara yang baik dan buruk (*mumayyiz*).
- b. Pihak-pihak yang melakukan *al-shulh* harus sudah dewasa.
- c. Pelaksanaan *al-shulh* dalam persoalan yang berkaitan dengan kehartabendaan pada anak-anak yang masih kecil, mestilah dilakukan oleh walinya, seperti ayahnya atau orang yang memeliharanya.
- d. Salah satu pihak yang melakukan akad itu bukanlah orang yang murtad. Syarat terakhir ini dikemukakan oleh mazhab Hanafiyah, sedangkan jumhur ulama tidak memakai persyaratan ini.³⁹

³⁸Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002, hlm. 174.

³⁹Helmi Karim, *op.cit.*, hlm. 57-58.

4. Macam-macam al-Shulh

Pada garis besarnya, perdamaian dalam bentuk *al-shulh* untuk mengakhiri persengketaan terbagi kepada tiga bentuk, yaitu:

a. *Al-shulh al-ikrar*

Al-shulh al-ikrar yaitu perdamaian dalam suatu kasus yang sudah ada pengakuan pihak tergugat. Misalnya seorang menggugat pihak lain tentang suatu harta dan pihak tergugat membenarkan isi tuduhan penggugat. Untuk menyelesaikan perselisihan antara keduanya, pihak penggugat dan tergugat melakukan *al-shulh*. Perdamaian dalam soal yang seperti ini disepakati kebolehnya oleh para ulama. Perdamaian ini bisa berlaku terhadap benda dengan benda, atau pada kemanfaatan harta, seperti barang sewaan.

b. *Al-shulh al-inkar*

Al-shulh inkar yaitu perdamaian sesuatu yang diingkari oleh pihak tergugat, seperti penggugat mempunyai hak atas sesuatu yang ada di tangan tergugat, tetapi pihak tergugat menyangkat tuduhan itu. Kasus seperti ini banyak terjadi di masyarakat. Menurut ulama Hanafiyah, Malikiyah, dan Hambaliyah, *al-shulh inkar* diperbolehkan. Mereka beralasan bahwa perdamaian itu sangat baik dan dianjurkan seperti disebutkan dalam al-Qur'an. Sedangkan ulama Syaifi'iyah dan Abi Laila berpendapat bahwa perdamaian dalam sengketa yang diingkar oleh tergugat itu tidak boleh dilakukan, kecuali disyaratkan pihak penggugat menyatakan tuduhannya benar dan pihak tergugat mengakui bahwa itu

tidak berhak atas sesuatu yang dituduhkan. Menurut kelompok ini, *al-shulh inkar* jika diperbolehkan sama saja menghalalkan yang haram dan mengharamkan yang halal.

c. *Al-shulh al-sukut*

Al-shulh al-sukut ialah perdamaian dalam kasus diamnya pihak tergugat, yakni adanya suatu perkara gugatan di mana pihak tergugat tidak memberikan jawaban atas gugatan yang dituduhkan kepadanya, baik pengakuan maupun pengingkaran. Pada persoalan ini, pihak penggugat mengadakan *al-shulh* dengan pihak tergugat guna mengakhiri perselisihan. Jumhur ulama sepakat bahwa *al-shulh sukut* diperbolehkan. Sedangkan ulama Syafi'iyah berpendapat bahwa perdamaian ini tidak boleh, sebab sikap diam itu menunjukkan sikap pengingkaran tergugat.⁴⁰

Sisi lain yang perlu mendapat perhatian dalam soal perdamaian adalah bahwa perdamaian itu hanya boleh terjadi pada persoalan yang termasuk hak yang bisa diganti rugi, sekalipun bukan berupa harta, seperti pada persoalan qishah. Semua persoalan yang termasuk hak Allah seperti perzinahan, pencurian, tidak boleh dilakukan perdamaian.⁴¹

⁴⁰ *Ibid.*, hlm. 55-57.

⁴¹ Sayyid Sabiq, *loc.cit.*

BAB III

PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN DI LUAR PENGADILAN MENURUT PASAL 45 DAN PASAL 47 UNDANG-UNDANG RI NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLIDUNGAN KONSUMEN

A. Latar Belakang Lahirnya Undang-undang RI Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Pada era globalisasi dan perdagangan bebas ini, banyak bermunculan berbagai macam produk barang/pelayanan jasa yang dipasarkan kepada konsumen, baik melalui promosi, maupun penawaran secara langsung. Namun di sisi lain, hak konsumen sering diabaikan oleh pelaku usaha sehingga perlu dicermati secara seksama.¹

Jika tidak berhati-hati dalam memilih produk barang/jasa yang diinginkan, konsumen hanya akan menjadi obyek eksploitasi dari pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab. Tanpa disadari, konsumen menerima begitu saja barang/jasa yang dikonsumsinya.

Perkembangan perekonomian, perdagangan, dan perindustrian yang semakin meningkat telah memberikan kemanjaan yang luar biasa kepada konsumen karena ada beragam variasi produk barang dan jasa yang dikonsumsi. Perkembangan globalisasi dan perdagangan besar didukung oleh teknologi informasi dan telekomunikasi yang memberikan ruang gerak yang sangat bebas

¹Happy Susanto, *Hak-hak Konsumen Jika Dirugikan*, Jakarta: Visimedia, 2008, hlm.2.

dalam setiap transaksi perdagangan, sehingga barang/jasa yang dipasarkan bisa dengan mudah dikonsumsi.

Realitas tersebut menjadi tantangan yang positif dan sekaligus negatif. Dikatakan positif karena kondisi tersebut bisa memberikan manfaat bagi konsumen untuk memilih secara bebas barang/jasa yang diinginkannya. Konsumen memiliki kebebasan untuk menentukan jenis dan kualitas barang/jasa yang sesuai dengan kebutuhannya. Dikatakan negatif karena kondisi tersebut menyebabkan posisi konsumen menjadi lemah daripada posisi pelaku usaha.²

Konsumen ternyata tidak hanya dihadapkan pada persoalan lemahnya kesadaran dan ketidaktahuan mereka terhadap hak-haknya sebagai konsumen. Hak-hak yang dimaksud, misalnya bahwa konsumen tidak mendapatkan penjelasan tentang manfaat barang atau jasa yang dikonsumsi. Lebih dari itu, konsumen ternyata tidak memiliki *bargaining position* (posisi tawar) yang berimbang dengan produsen. Hal ini terlihat sekali pada perjanjian baku yang siap untuk ditandatangani atau ketentuan baku yang tidak informatif dan tidak bisa ditawar.³

Berdasarkan kondisi tersebut, upaya pemberdayaan konsumen menjadi sangat penting. Untuk mewujudkan pemberdayaan konsumen akan sulit jika mengharapkan kesadaran dari produsen terlebih dahulu. Karena prinsip yang digunakan para pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan ekonominya adalah prinsip ekonomi, yaitu mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin dengan modal seminimal mungkin. Dengan pemikiran umum seperti ini, sangat

² Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta: PT. Grasindo, 2004, hlm. 13-15.

³ Happy Susanto, *op.cit.*, hlm. 3.

mungkin konsumen akan dirugikan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena diperlukan seperangkat aturan hukum untuk melindungi konsumen yang posisinya lemah tersebut.

Perkembangan hukum konsumen di dunia sendiri tidak terlepas dari adanya gerakan perlindungan konsumen pada abad ke-19, yang ditandai dengan munculnya gerakan konsumen yang terjadi di Amerika Serikat (AS). Menurut Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, ada tiga fase atau gelombang gerakan perlindungan konsumen.

Pertama, terjadi pada tahun 1891. Pada tahun ini, di New York terbentuk Liga Konsumen yang pertama kali di dunia. Baru pada tahun 1898, di tingkat nasional AS terbentuk Liga Konsumen Nasional (*The National Consumer's League*). Namun seiring perjalanan waktu, organisasi ini menemui berbagai hambatan hingga tidak berjalan dengan baik.

Kedua, hukum konsumen berkembang lagi pada tahun 1914. Pada tahun ini terbentuk komisi yang bergerak dalam bidang perlindungan konsumen, yaitu FTC (*Federal Trade Commission*). Ketika itu, keberadaan program pendidikan konsumen mulai dirasakan perlu sekali untuk menumbuhkan kesadaran kritis bagi para konsumen. Maka pada dekade 1930-an, mulai gencar dilakukan penulisan buku-buku tentang konsumen dan perlindungan konsumen dengan riset-riset yang mendukung.

Ketiga, terjadi pada 1960-an, yang melahirkan era hukum perlindungan dengan lahirnya suatu cabang hukum baru, yaitu "hukum konsumen" (*consumers law*). Hal ini ditandai dengan pidato Presiden AS ketika itu, John F. Kennedy di

depan Kongres AS pada tanggal 15 Maret 1962 tentang *A Special Message for the Protection of Consumer Interest*” atau yang disebut dengan Deklarasi Hak Konsumen (*Declaration of Consumer Right*). Dengan pandangan tersebut, hukum konsumen secara resmi telah menjadi suatu hukum baru.⁴

Jika dicermati, sejarah gerakan perlindungan konsumen bermula dari kondisi yang terjadi di AS. Perlindungan hak-hak konsumen dapat berjalan seiring dengan perkembangan demokrasi yang terjadi dalam suatu negara. Hak-hak warga negara, termasuk hak konsumen harus dihormati, khususnya di negara demokrasi. Ada posisi yang berimbang antara konsumen dan produsen, karena keduanya sama di mata hukum.

Sedangkan masalah perlindungan konsumen di Indonesia baru mulai terjadi pada dekade 1970-an. Hal ini ditandai dengan berdirinya Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) pada bulan Mei 1973.⁵

Gagasan perlindungan konsumen disampaikan secara luas kepada masyarakat melalui berbagai kegiatan advokasi konsumen, seperti pendidikan, penelitian, pengujian, pengaduan, dan publikasi media konsumen. Ketika YLKI berdiri, kondisi politik Indonesia masih dibayang-bayangi dengan kampanye penggunaan produk dalam negeri. Namun, seiring perkembangan waktu, gerakan perlindungan konsumen dilakukan melalui koridor hukum yang resmi, yaitu bagaimana memberikan bantuan hukum kepada masyarakat atau konsumen.⁶

⁴Gunawan Wijaya dan Ahmad Yani, *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Gramedia, 2003, hlm. 12-15.

⁵*Ibid.*, hlm. 15-16.

⁶Yusuf Shofie, *Pelaku Usaha, Konsumen dan Tindak Pidana Korporasi*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002, hlm. 28.

YLKI merupakan salah satu Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) yang merupakan pelopor gerakan perlindungan konsumen pertama di Indonesia. Tujuan pendirian lembaga ini adalah untuk membantu konsumen agar hak-haknya bisa dilindungi. Tujuan YLKI adalah untuk meningkatkan keadaran kritis konsumen tentang hak-hak dan tanggung jawabnya sehingga bisa melindungi dirinya sendiri dan lingkungannya.

Didirikannya YLKI adalah sebagai bentuk keprihatinan sekelompok ibu-ibu pada saat itu yang melihat perkembangan masyarakat Indonesia yang lebih menyukai produk-produk luar negeri. Munculnya YLKI tidak lepas dari kampanye "cinta produk dalam negeri" yang saat itu kritis terhadap barang/jasa yang tidak aman atau tidak sehat untuk dikonsumsi. Upaya YLKI yang pertama adalah mendesak produsen susu kental manis untuk mencantumkan label "Tidak Cocok untuk Bayi" dalam kemasan susu kental manis, yang lebih banyak mengandung gula daripada susu.⁷

Setelah itu, sejak dekade 1980-an, gerakan atau perjuangan untuk mewujudkan sebuah Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dilakukan selama bertahun-tahun. Pada masa Orde Baru, pemerintah dan DPR tidak memiliki kemauan untuk mewujudkannya karena terbukti pengesahan Rancangan Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen (RUUPK) selalu ditunda.

Baru pada era reformasi, keinginan terwujudnya UUPK bisa terpenuhi. Pada masa pemerintahan BJ. Habibie, tepatnya pada tanggal 20 April 1999,

⁷Happy Susanto, *op.cit.*, hlm. 10.

RUUPK secara resmi disahkan sebagai Undang-undang RI Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Dengan adanya undang-undang ini, jaminan atas perlindungan hak-hak konsumen di Indonesia diharapkan bisa dipenuhi dengan baik. Masalah perlindungan konsumen kemudian ditempatkan ke dalam koridor suatu sistem hukum perlindungan konsumen, yang merupakan bagian dari sistem hukum nasional. Bersamaan dengan itu pula, lahir Undang-undang RI Nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Prakten Monopoli dan Persaingan Tidak Sehat. Kedua undang-undang sangat berkaitan dan dilahirkan dalam waktu yang cukup pendek yaitu hanya 36 (tiga puluh enam) hari.⁸

Disebutkan dalam penjelasan Undang-undang RI Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen bahwa keberadaan Undang-undang Perlindungan Konsumen dimaksudkan sebagai landasan hukum yang kuat bagi pemerintah dan lembaga perlindungan swadaya masyarakat untuk melakukan upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen. Dengan kata lain, Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen merupakan "payung" yang mengintegrasikan dan memperkuat penegakan hukum di bidang perlindungan konsumen. Sehingga kesemua undang-undang yang berkaitan dengan perlindungan konsumen tetap berlaku, sepanjang tidak bertentangan atau telah diatur khusus oleh undang-undang.⁹

Menurut penjelasan Undang-undang RI Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, faktor utama yang menjadi penyebab eksploitasi

⁸Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen; Suatu Pengantar*, Yogyakarta: Daya Widaya, 1999, hlm. 30.

⁹*Ibid.*

terhadap konsumen sering terjadi adalah masih rendahnya tingkat kesadaran konsumen akan haknya. Tentunya hal tersebut terkait erat dengan rendahnya pendidikan konsumen. Keberadaan undang-undang tersebut sebagai landasan hukum yang kuat bagi pemerintah dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat untuk melakukan upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen.¹⁰

Adanya undang-undang yang mengatur perlindungan konsumen tidak dimaksudkan untuk mematikan usaha para pelaku usaha. Undang-undang perlindungan konsumen justru bisa mendorong iklim usaha yang sehat serta mendorong lahirnya perusahaan yang tangguh dalam menghadapi perasingan yang ada dengan menyediakan barang/jasa yang berkualitas.

Kepastian hukum untuk melindungi hak-hak konsumen, yang diperkuat melalui undang-undang, memberikan harapan agar pelaku usaha tidak lagi bertindak sewenang-wenang yang selalu merugikan hak-hak konsumen. Dengan adanya undang-undang perlindungan konsumen beserta perangkat hukum lainnya, konsumen memiliki hak dan posisi yang berimbang, mereka bisa menggugat atau menuntut jika ternyata hak-haknya telah dirugikan atau dilanggar oleh pelaku usaha.

B. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Upaya perlindungan konsumen di Indonesia didasarkan pada sejumlah asas dan tujuan yang telah diyakini bisa memberikan arahan dalam implementasinya

¹⁰ Happy Susanto, *op.cit.*, hlm. 3.

di tingkatan praktis. Dengan adanya asas dan tujuan yang jelas, hukum perlindungan konsumen memiliki dasar pijakan yang benar-benar kuat.

1. Asas Perlindungan Konsumen

Berdasarkan Undang-undang RI Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 2, ada lima asas perlindungan konsumen, yaitu: manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, kelematan konsumen, dan kepastian hukum.¹¹

a. Asas manfaat

Maksud asas ini adalah untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebenar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.

b. Asas keadilan

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

c. Asas keseimbangan

Asas ini dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti material atau spiritual.

¹¹Undang-undang RI Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Yogyakarta: Pustaka Yustisia, 2006, hlm. 11.

d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen

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

e. Asas kepastian hukum

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

2. Tujuan Perlindungan Konsumen

Disebutkan dalam Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 3 bahwa ada enam tujuan perlindungan konsumen, sebagai berikut:

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari ekses negatif pemakaian barang/jasa.
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.
- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.

- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha tentang pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha.
- f. Meningkatkan kualitas barang/jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.¹²

C. Komposisi Undang-Undang RI Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Secara keseluruhan, Undang-undang RI Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terdiri atas 65 pasal dengan pengaturan yang cukup detail.

Sistematika undang-undang ini terdiri atas XV (lima belas) bab. Masing-masing bab tersebut adalah sebagai berikut:

Bab I ketentuan umum yang dirumuskan dalam pasal 1. Bab II asas dan tujuan yang dirumuskan dalam 2 pasal, yaitu pasal 2-3. Bab III hak dan kewajiban yang dibagi 2 bagian; bagian pertama hak dan kewajiban konsumen yang dirumuskan dalam pasal 4 dan 5. Bagian kedua hak dan kewajiban pelaku usaha yang dirumuskan dalam pasal 6 dan 7.

Bab IV perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha. Bab ini dirumuskan dalam pasal 8 hingga pasal 17. Bab V ketentuan pencantuman klausula baku yang dirumuskan dalam pasal 18. Bab VI tanggung jawab pelaku usaha yang

¹² *Ibid.*

dirumuskan dalam pasal 19 hingga pasal 28. Bab VII pembinaan dan pengawasan yang dibagi dua bagian; bagian pertama pembinaan yang dirumuskan dalam pasal 29. Bagian kedua pengawasan yang dirumuskan dalam pasal 30.

Bab VIII badan perlindungan konsumen nasional yang dibagi dua bagian; bagian pertama nama, kedudukan, fungsi dan tugas yang dirumuskan dalam pasal 31 hingga pasal 34. Bagian kedua susunan organisasi dan keanggotan yang dirumuskan dalam pasal 35 hingga pasal 43. Bab IX lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang dirumuskan dalam pasal 44.

Bab X penyelesaian sengketa yang dibagi tiga bagian; bagian pertama umum yang dirumuskan dalam pasal 45 sampai pasal 46. Bagian kedua penyelesaian sengketa di luar pengadilan yang dirumuskan dalam pasal 47. Bagian ketiga penyelesaian sengketa melalui pengadilan yang dirumuskan dalam pasal 48. Bab XI badan penyelesaian sengketa konsumen. Bab ini dirumuskan dalam pasal 49 hingga pasal 58.

Bab XII penyidikan yang dirumuskan dalam pasal 59. Bab XIII sanksi yang dibagi dua bagian; bagian pertama sanksi administratif yang dirumuskan dalam pasal 60. Bagian kedua sanksi pidana yang dirumuskan dalam pasal 61 hingga pasal 63. Bab XIV ketentuan peralihan yang dirumuskan dalam pasal 64. Bab XV ketentuan penutup yang dirumuskan dalam pasal 65.¹³

¹³ *Ibid.*, hlm. 9-45.

Ditinjau dari segi materi, muatan Undang-undang RI Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, mengatur ketentuan-ketentuan yang bersifat prosedural. Untuk melihat keseluruhan materinya dapat dilihat dalam lampiran.

D. Penyelesaian Sengketa Konsumen di Luar Pengadilan menurut Pasal 45 dan Pasal 47 Undang-undang RI Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Menurut Undang-undang RI Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan kedua belah pihak. Ketentuan itu termuat dalam pasal 45 sebagai berikut:

- (1) Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.
- (2) Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.
- (3) Penyelesaian sengketa di luar pengadilan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak menghilangkan tanggung jawab pidana sebagaimana diatur dalam Undang-undang.
- (4) Apabila telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya tersebut dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa.¹⁴

Berdasarkan pasal 45, dapat dikatakan bahwa ada dua bentuk penyelesaian sengketa konsumen, yaitu melalui jalur pengadilan dan jalur di luar pengadilan. Penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan mengacu kepada ketentuan peradilan umum yang berlaku di Indonesia. Penyelesaian sengketa di luar

¹⁴ *Ibid.*, hlm. 34.

pengadilan seperti dimaksud pada ayat (2) tidak menghilangkan tanggung jawab padana seperti diatur dalam Undang-undang.

Penyelesaian sengketa di luar pengadilan juga diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan tentang bentuk dan besarnya ganti rugi dan. Hal ini seperti termuat dalam pasal 47 sebagai berikut:

”Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen.¹⁵

Konsumen yang ingin menyelesaikan sengketa konsumen dengan cara non-pengadilan bisa melakukan alternatif resolusi masalah atau *Alternatif Dispute Resolutin* (ADR) ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM), Direktorat Perlindungan Konsumen di bawah Departemen Perdagangan, atau lembaga-lembaga lain yang berwenang.

Prosedur untuk menyelesaikan sengketa di BPSK sangat mudah. Konsumen yang bersengketa dengan pelaku usaha bisa datang langsung ke BPSK Provinsi, yaitu dengan membawa surat permohonan penyelesaian sengketa, mengisi formulir pengaduan, dan menyerahkan berkas (dokumen pendukung). Kemudian, BPSK akan mengundang pihak-pihak yang sedang bersengketa untuk melakukan pertemuan pra-sidang. BPSK memiliki wewenang untuk melakukan pemeriksaan atas kebenaran laporan dan keterangan yang diadukan oleh pihak-pihak yang bersengketa. Pada pertemuan ini akan

¹⁵ *Ibid.*, hlm. 36.

ditentukan bagaimana langkah selanjutnya, yaitu dengan jalan damai atau jalan lain.

Jika tidak ditempuh jalur damai, ada tiga tata cara penyelesaian sengketa berdasarkan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 350/MPP/Kep/12/2001 sebagai berikut:

1. Konsiliasi

Pasal 1 ayat (9) di dalam Kepmen tersebut dijelaskan:

- (9) Konsiliasi adalah proses penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan dengan perantaraan BPSK untuk mempertemukan pihak yang bersengketa, dan penyelesaiannya diserahkan kepada para pihak.¹⁶

Penyelesaian dengan cara ini dilakukan sendiri oleh para pihak yang bersengketa dengan didampingi oleh majelis yang bertindak pasif sebagai konsiliator (Pasal 5 ayat (1) Kepmen Perindustrian dan Perdagangan).

2. Mediasi

Penyelesaian sengketa dengan cara mediasi berdasarkan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 350/MPP/Kep/12/2001 Pasal 1 ayat (10) sebagai berikut:

- (10) Mediasi merupakan proses penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan dengan perantaraan BPSK sebagai penasihat dan penyelesaiannya diserahkan kepada para pihak.¹⁷

Penyelesaian dengan cara ini dilakukan sendiri oleh para pihak yang bersengketa dengan didampingi oleh majelis yang bertindak aktif sebagai mediator (Pasal 5 ayat (2) Kepmen Perindustrian dan Perdagangan). Cara

¹⁶ Happy Susanto, *op.cit.*, hlm. 78.

¹⁷ *Ibid.*, hlm. 79.

mediasi ini hampir sama dengan cara konsiliasi, yang membedakan di antara keduanya adalah kalau mediasi didampingi oleh majelis aktif, sedangkan cara konsiliasi didampingi majelis pasif.

3. Arbitrase

Lain dengan cara konsiliasi dan mediasi, berdasarkan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 350/MPP/Kep/12/2001 Pasal 1 ayat (11) arbitrase adalah sebagai berikut:

- (11) Arbitrase adalah proses penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan yang dalam hal ini para pihak yang bersengketa menyerahkan sepenuhnya penyelesaian kepada BPSK.¹⁸

Cara penyelesaian sengketa konsumen dengan cara arbitrase ini berbeda dengan dua cara sebelumnya. Dalam cara arbitrase, badan atau majelis yang dibentuk BPSK bersikap aktif dalam mendamaikan pihak-pihak yang bersengketa jika tidak tercapai kata sepakat di antara mereka. Cara pertama yang dilakukan adalah badan ini memberikan penjelasan kepada pihak-pihak yang bersengketa perihal perundang-undangan yang berkenaan dengan hukum perlindungan konsumen. Lalu, masing-masing pihak yang bersengketa diberikan kesempatan yang sama untuk menjelaskan apa saja yang dipersengketakan. Nantinya, keputusan yang dihasilkan dalam penyelesaian sengketa ini adalah menjadi wewenang penuh badan yang dibentuk BPSK tersebut.

¹⁸ *Ibid.*

BAB IV

TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN DI LUAR PENGADILAN MENURUT PASAL 45 DAN PASAL 47 UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLIDUNGAN KONSUMEN

A. Tinjauan Hukum Islam tentang Perlindungan Konsumen dan Penyelesaian Sengketa Konsumen

Ajaran Islam merupakan panduan bagi manusia untuk bertindak, berinteraksi dan bergaul dengan manusia yang lainnya. Salah satu bentuk interaksi tersebut adalah dalam bidang perdagangan yang melibatkan dua pihak yaitu pihak pelaku usaha dan pihak konsumen. Perdagangan dibolehkan dengan syarat berada pada norma-norma yang telah ditetapkan oleh ajaran Islam.

Dilihat dari perbandingan antara definisi ekonomi dalam Islam dengan ekonomi umum, acuan Islam pada perlindungan konsumen sebenarnya lebih konkrit dan tegas daripada yang ditawarkan oleh ekonomi konvensional, begitu pula jika dilihat dari sisi Undang-undang Perlindungan Konsumen. Dengan memasukkan unsur "nilai-nilai" atau "prinsip-prinsip ajaran Islam yang integral" dalam definisi ekonomi Islam, maka segala aktivitas ekonomi harus berada dalam koridor prinsip-prinsip dasar ekonomi Islam, termasuk dalam penyelesaian sengketa konsumen.

Kelemahan konsumen dalam berhadapan dengan produsen berkisar pada ketidaktahuan akan barang dan kebutuhan (*consumer ignorance*). Selain itu juga

kelemahan dalam hal tawar menawar ekonomis, sosial dan edukasional, sehingga meletakkan posisi konsumen pada kondisi *take it or leave it*.

Untuk melindungi para konsumen, dalam fikih Islam dikenal berbagai perangkat istilah hukum, seperti pelarangan *ba'i al-gharar* (jual beli mengandung tipuan), pemberlakuan hak *khiyar* (hak untuk melangsungkan atau membatalkan transaksi karena alasan diterima), beberapa hal yang merusak kebebasan transaksi seperti adanya *al-ghalt* (tidak adanya persesuaian dalam hal jenis atau sifat barang) dan *al-ghubu* (adanya tipuan yang disengaja) dan masih banyak lagi lainnya. Beberapa segi yang dapat dijadikan perisai bagi perlindungan konsumen, yaitu:

Pertama, ada sebuah prinsip hukum publik dalam Islam yang berbunyi bahwa: *Hukum publik adalah salah satu dari hukum-hukum Allah Swt*". Prinsip ini berkaitan dengan hukum pidana dan semua hukum yang berkaitan dengan pelanggaran umum. Hukum publik ini harus ditegakkan oleh pemerintah walaupun dengan tidak adanya tuntutan dari rakyat, kalau demikian pemerintah adalah pengawas langsung dari pelaksanaan hukum publik ini.

Kedua, apabila terbentur kepentingan antara hak publik dengan hak individu, maka hak publik lebih diprioritaskan karena ia adalah hak Allah. Dalam hal ini konsumen pada umumnya adalah pihak publik.

Ketiga, seseorang tidak dapat menggunakan haknya secara semena-mena. Tindakan monopoli dan pelanggaran dalam kehidupan bertetangga atau pelanggaran terhadap lingkungan merupakan salah satu contoh dari penggunaan semena-mena terhadap hak.

Keempat, hak manusia yang ditetapkan oleh syara' tidak boleh digugurkan, seperti hak pembeli dalam transaksi *khiyar al-ru'yah* sebelum melihat barang yang akan dibeli, hak *syuf'ah* sebelum terjadi akad jual beli karena hak ini belum terjadi. Hal ini jelas dapat mengatasi kaidah kontrak standar dimana dalam Islam suatu perjanjian tidak bisa dilegalkan begitu saja secara sepihak, namun harus berada dalam koridor hukum syara'.

Kelima, adanya hak perlindungan lingkungan yang dikembangkan dari *huquq al-irtifaq* dan terdapat sanksi-sanksi hukum yang tegas akibat pemakaian hak secara sewenang-wenang¹

Selain itu, perlu dikemukakan berbagai kemungkinan terhadap penyalahgunaan kelemahan yang dimiliki konsumen yang dapat terjadi: 1) ketika sebelum transaksi jual beli berlangsung (pratransaksi) berupa iklan dan promosi yang tidak benar. 2) ketika transaksi itu sendiri sedang berlangsung dengan cara tipu muslihat. 3) ketika transaksi telah berlangsung, di mana pelaku usaha tidak tahu menahu dengan kerugian yang ditanggung konsume (purnatransaksi).²

Berikut adalah perlindungan konsumen yang sangat ditekankan dalam sistem ekonomi Islam:

1. Perlindungan dari pemalsuan dan informasi tidak benar
2. Perlindungan terhadap hak pilih dan nilai tukar tidak wajar
3. Perlindungan terhadap keamanan produk dan lingkungan sehat
4. Perlindungan dari pemakaian alat ukur tidak tepat

¹ Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi UGM, 2004, hlm. 143-144.

² Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006, hlm. 11-12.

5. Hak mendapat advokasi dan penyelesaian sengketa
6. Perlindungan dari penyalahgunaan keadaan
7. Hak mendapat ganti rugi akibat negatif produk.³

Adanya persaingan usaha, motif usaha pada margin dan beragamnya produk yang ditawarkan oleh para pelaku usaha di era sekarang ini dapat memicu tindakan-tindakan yang menjadikan para pelaku usaha keluar dari norma dan etika berdagang. Hal tersebut dapat menyebabkan adanya kerugian pada konsumen dan berakibat adanya sengketa.

Ajaran Islam menghendaki penyelesaian suatu sengketa dengan jalan damai atau jalan musyawarah, agar kedua belah pihak sama-sama puas dan menghindari terjadinya permusuhan. Konsep yang ditawarkan Islam adalah dengan adanya perdamaian (*al-shuluh*), yaitu suatu akad yang bertujuan untuk mengakhiri perselisihan atau persengketaan.⁴

M. Hasbi Ash Shidieqy dalam bukunya *Pengantar Fiqh Muamalah* menyatakan bahwa *al-shulhu* adalah akad yang disepakati dua orang yang bertengkar dalam hak untuk melaksanakan sesuatu. Dengan akan ini, dapat hilang perselisihan.⁵

Diutamakannya perdamaian sebagai sarana penyelesaian sengketa dalam perdagangan bertujuan untuk mencapai hasil yang dapat memuaskan pihak yang bersengketa. Selain itu juga untuk menghindari adanya permusuhan akibat adanya pihak yang tidak puas dengan hasil keputusan akhir. Dalam perdamaian

³ Muhammad dan Alimin, *op.cit.*, hlm. 197-231.

⁴ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002, hlm. 172

⁵M. Hasbi Ash Shidieqy, *Pengantar Fiqh Muamalah*, Jakarta: Bulan Bintang, 1984, hlm. 92

ini tidak ada pihak yang mengalah total atau pun penyerahan keputusan pada pihak ketiga. Diharapkan dengan adanya perdamaian ini akan menghasilkan *win-win solution*.

Pada dasarnya, perdamaian (*al-shulhu*) sangat baik dan bahkan dianjurkan oleh hukum Islam, selama perdamaian itu tidak menghalalkan sesuatu yang haram atau mengharamkan sesuatu yang halal. Namun karena posisi konsumen yang tidak kuat, maka cara penyelesaian perdamaian termasuk padanya sistem penyelesaian *al-tahkim* (arbitrase), tidak akan banyak menguntungkan konsumen. Pelaku usaha akan lebih menunjukkan "arogansi"nya dalam penyelesaian hukum secara damai di luar pengadilan.⁶

Dengan demikian, sesungguhnya penyelesaian yang paling baik terhadap perlindungan hak konsumen adalah dengan adanya hukum dan badan pengawas pemerintah yang akan mampu memonitor segala pelanggaran hak konsumen, yang dalam hal melalui peradilan. Dalam sejarah Islam, telah dikenalkan sebuah struktur hukum yang aktif dan efektif untuk membela hak-hak konsumen, yaitu jawatan *al-hisbah*.⁷

Jawatan *al-hisbah* adalah satu lembaga penegak hukum di samping kehakiman dan kejaksaan (*al-qadha* dan *wilayah al-muzhalim*), dan polisi (*syurthah*). Kekuasaan peradilan dalam Islam ada tiga, yaitu:

1. *Wilayah al-muzhalim* (pengawas aparaturnegara dan penegak hukum publik yang tidak mampu ditanggung oleh *qadhi* dan *wali hisbah*);
2. *Wilayah al-qadha al-'adi* (penegak hukum sipil dan publik);

⁶Az. Nasution, *Konsumen dan Hukum*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1995, hlm. 58.

⁷Muhammad dan Alimin, *op.cit.*, hlm. 225.

3. *Wilayah al-hisbah* (penegak dan pengawas langsung hukum sipil dan ketertiban umum).

Pada hakikatnya tiga lembaga peradilan tersebut saling menunjang dalam menegakkan hukum, sesuai dengan peran masing-masing. *Wilayah al-muzhalim* lebih tinggi kedudukannya dari *wilayah al-qadha al-'adi*, sedangkan *wilayah al-qadha* lebih tinggi dari *wilayah al-hisbah*.

Wilayah al-qadha (kekuasaan hakim) khusus berkaitan dengan pembuktian gugatan seperti tulisan, para saksi dan pengakuan. Ia juga berhak mengawasi dan mengadili hal-hal yang berkaitan dengan kemaslahatan umum, seperti segala pelanggaran hukum yang terdapat di tengah masyarakat walaupun kadangkala tanpa ada gugatan dari seorang pendakwa.

Wilayah al-muzhalim berwenang untuk mengadili para pegawai atau pejabat pemerintah di mana seorang hakim biasa tidak mampu menyelesaikannya, dan semua perkara pihak-pihak yang mempunyai power di masyarakat di mana seorang *qadhi* atau hakim biasa tidak mampu melakukannya. *Wilayah al-muzhalim* berhak memutuskan hukum dan menjalankan eksekusi keputusan hukum tersebut. Lembaga *wilayah al-muzhalim* lebih luas peranannya, lebih berwibawa dan lebih kuat segi tampilannya dan *wilayah al-qadha*. Oleh karenanya lembaga ini didukung oleh para pengawal dan kaum terpelajar untuk memutuskan hukumnya. *Wilayah al-muzhalim* berhak memeriksa suatu kasus hukum walaupun tanpa ada pengaduan atau dakwaan. Tugasnya antara lain mengawasi pemotongan, kekurangan, dan keterlambatan gaji para pegawai.⁸

⁸Abu Hasan al-Mawardi, *Al-Ahkam al-Sulthaniyah*, Surabaya: Syirkah Bangil Indah, t.th., hlm. 76.

Sedangkan *jawatan al-hisbah* berada pada tataran paling bawah dalam struktur hukum peradilan Islam, namun keberadaannya paling efektif dalam menegakkan hukum. Al-hisbah adalah sebuah jawatan pengawas dan penegak hukum yang pertama kali ada dalam sejarah hukum ekonomi dunia. Pembentukan jawatan ini diikuti bangsa Eropa setelah berakhirnya Perang Salib (1097-1291 M.).⁹

Pada masa periode awal Islam (masa Rasulullah Saw. dan Khulafa' al-Rasyidun), kekuasaan *al-hisbah* umumnya langsung dilaksanakan oleh Nabi Saw. dan para khalifah karena cara kehidupan umat Islam yang masih sederhana.

Tugas jawatan al-hisbah adalah bagian dari tugas kekuasaan peradilan. Jawatan al-hisbah turut menangi permasalahan yang berhubungan dengan peradilan, wilayah al-muzhalim dan al-syurthah (kepolisian). Namun terdapat beberapa perbedaan khusus antara wewenang dan struktur jawatan. Penegakan hukum yang dilakukan oleh wali hisbah lebih bersifat aktif dan sebagaimana yang dikatakan oleh Ibn Qayyim bahwa kewenangan al-hisbah bersifat menegakkan hukum dengan tanpa perlu adanya suatu tuntutan atau gugatan pihak-pihak.¹⁰

Dalinya dapat dirujuk pada Q.S. Ali Imran ayat 104:

⁹Muhammad dan Alimin, *op.cit.*, hlm. 247.

¹⁰*Ibid.*, hlm. 250.

Artinya:

“Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat (lembaga umat) yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang makruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung”. (Q.S. Ali-Imran [3]: 104).¹¹

Tugas dan wewenang wali hisbah sangat luas, namun pada pembahasan ini penuli akan membahas tugas jawatan hisbah yang berhubungan dengan kegiatan perekonomian. Struktur, tugas dan wewenang jawatan al-hisbah bidang ekonomi adalah:

1. *Wali hisbah* diangkat oleh pemerintah yang dalam melaksanakan tugasnya mempunyai anggota-anggota yang terdiri atas berbagai ahli yang mengontrol segala kegiatan ekonomi masyarakat. Misalnya untuk memeriksa timbangan dan takaran, keaslian bahan suatu barang, dan keamanan konsumsi suatu barang ditangani oleh ahli-ahli khusus. Mereka berkeliling di desa atau kota dalam sebuah kelompok untuk melaksanakan tugasnya. Tempat operasi mereka adalah semua pasar, toko-toko, jalan-jalan umum, masjid-masjid, dan tempat-tempat pesta.
2. *Wali hisbah* berkewajiban mengawasi segala perbuatan munkar atau perbuatan melawan hukum yang nyata terjadi pada masyarakat, serta memperhatikan perbuatan-perbuatan makruf yang ditinggalkan masyarakat secara jelas. Ia haru mengawasi segala kegiatan pasar, tanpa perlu menunggu pengaduan atau dakwaan seseorang. Oleh karena itu, jawatan ini harus memiliki otoritas, wibawa dan disegani oleh masyarakat.

¹¹Tim Penyelenggara Penterjemah al-Qur'an, *al-Qur'an dan Terjemahnya*, , Medinah: Mujamma' al-Malik Fahd li Thiba'at al-Mushaf al-Syarif, 1418 H., 93.

3. *Wali hisbah* berhak memanggil dan mendengar dakwaan pihak-pihak yang bersengketa, namun apabila permasalahan mereka sudah berhubungan dengan persengketaan hukum yang berkaitan dengan bukti-bukti, maka tugas tersebut diserahkan pada hakim atau wilayah al-muzhalim. Jadi ia hanya menyelesaikan masalah-masalah yang tidak perlu di bawa ke pengadilan.
4. Apabila terjadi pelanggaran secara nyata, maka wali hisbah dapat menjatuhkan hukuman sesuai dengan kesalahan yang bersangkutan. Dalam menjatuhkan hukuman, wali hisbah lebih memprioritaskan peringatan penyadaran, pencegahan atau nasehat daripada hukuman penjara berupa *ta'zir*.¹²

Contoh konkrit tugas *wali hisbah* adalah seperti melarang model-model akad yang terlarang berupa praktek riba, monopoli dengan segala bentuknya yang merugikan kepentingan publik yang umumnya terdiri atas para konsumen, mengawasi tidak terdapatnya permainan harga, mengawasi para industriawan dengan berbagai macam usaha pemalsuan dan penyembunyian cacat suatu barang. Misalnya zhahirnya terlihat lebih bagus dari isinya, pemalsuan uang dan wangi-wangian, jual beli yang tidak sah, jual beli *gharar*, penipuan, dan memeriksa alat timbangan dan takaran secara cermat. Selain itu juga melarang para pemilik jasa kendaraan memuat melebihi kapasitas, melarang perbuatan *najasy* karena hal itu akan merugikan para pembawa barang atau produsen dan para pembeli, memberi hak khiyar bagi pembeli *mustarsil*, dan lain-lain.¹³

¹² Muhammad dan Alimin, *op.cit.*, hlm. 251.

¹³ *Ibid.*, hlm. 253.

Dengan demikian dalam menegakan hukum perlindungan konsumen terdapat tiga tingkatan struktur penegak hukum dalam Islam yang saling mendukung, di mana wali al-hisbah berada pada tataran pertama yang secara kontinu dan langsung terjun ke lapangan mengawasi pelaksanaan hukum perlindungan. Selanjutnya qhadi (hakim) yang siap menerima segala gugatan atau persengketaan yang berhubungan dengan pembuktian dan kajian hukum ijtihadi. Sedangkan tataran terakhir wilayah al-muzhalim yang senantiasa siap mendengar pengaduan dan memeriksa ke lapangan terhadap masalah-masalah persengketaan yang tidak mampu dilakukan oleh wali al-hisbah dan qadhi, yang disebabkan oleh karena salah satu pihak yang bersengketa mempunyai power yang besar dalam masyarakat.

Ketika jawatan *al-hisbah* mengawasi kegiatan ekonomi masyarakat, ia dapat disamakan dengan polisi pasar, dan ketika wali hisbah memeriksa keselamatan dan keamanan suatu produk makanan dan obat-obatan, diibaratkan polisi khusus kesehatan. Sedangkan ketika wali al-hisbah mengawasi segala kemungkaran yang zahir, diibaratkan sebagai polisi umum. Az. Nasution menyatakan bahwa di Indonesia sampai saat ini di samping pejabat kepolisian umum, yang terkenal dalam kegiatan khusus perlindungan konsumen barulah polisi khusus (polsus) dari lingkungan Departemen Kesehatan.¹⁴

Berdasarkan uraian di atas dapat ditegaskan bahwa hukum ekonomi Islam telah memuat secara lengkap tentang perlindungan konsumen. Hal ini bisa dilihat dari berbagai perangkat seperti pelarangan *ba'i al-gharar* (jual beli mengandung

¹⁴ Az. Nasution, *op.cit.*, hlm. 112.

tipuan), pemberlakuan hak *khiyar* (hak untuk melangsungkan atau membatalkan transaksi karena alasan diterima), beberapa hal yang merusak kebebasan transaksi seperti adanya *al-ghalt* (tidak adanya persesuaian dalam hal jenis atau sifat barang) dan *al-ghubu* (adanya tipuan yang disengaja) dan masih banyak lagi lainnya. Perangkat ini dapat dijadikan perisai bagi perlindungan konsumen, di samping perangkat lainnya. Sedangkan terkait dengan penyelesaian sengketa konsumen, menurut konsep Islam akan lebih baik bila melalui badan peradilan khusus yang di dalam Islam disebut dengan jawatan *al-hisbah*. Meskipun pada dasarnya penyelesaian sengketa melalui jalur perdamaian (*al-shulhu*) sangat baik dan bahkan dianjurkan oleh hukum Islam, namun karena konsumen berada pada posisi yang lemah, justru akan merugikan konsumen.

B. Tinjauan Hukum Islam terhadap Penyelesaian Sengketa Konsumen di Luar Pengadilan yang Diatur dalam Pasal 45 dan Pasal 47 Undang-undang RI Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Masalah perlindungan konsumen masih menjadi isu penting hingga saat ini. Berbagai kasus pelanggaran hak-hak konsumen yang sudah ada sejak lama berlangsung, perlu dicermati secara kritis. Pelanggaran-pelanggaran tersebut memberikan dampak yang sangat negatif terhadap diri dan keselamatan konsumen.

Pelanggaran hak konsumen yang terjadi disebabkan sejumlah faktor, di antaranya faktor sikap pelaku usaha yang masing memandang konsumen sebagai pihak yang mudah dieksploitasi. Konsumen diperlakukan sebagai pihak yang

dengan mudah dipengaruhi untuk mengonsumsi segala bentuk barang/jasa yang ditawarkan, melalui promosi, iklan, dan penawaran lainnya. Posisi tawar antara konsumen dan pelaku usaha sering tidak seimbang.

Faktor di atas diperparah dengan kurang mengertinya masyarakat umum sebagai konsumen terhadap hak-haknya. Banyak konsumen belum mengetahui hal ini. Jika haknya diabaikan, konsumen tidak bisa berbuat apa-apa karena memang tidak tahu dan tidak sadar. Ketika sadar, mereka justru tidak mengerti bagaimana tata cara atau prosedur pengaduan dan penuntutan atas hak-haknya yang dilanggar.

Permasalahan yang dihadapi konsumen khususnya Indonesia saat ini, seperti juga yang dialami konsumen di negara-negara berkembang lainnya, tidak hanya pada soal cara memilih barang, tetapi jauh lebih kompleks, yaitu tentang kesadaran semua pihak, baik dari pengusaha, pemerintah, maupun konsumen sendiri tentang pentingnya perlindungan konsumen. Pelaku usaha menyadari bahwa mereka harus mengargai hak-hak konsumen dengan memproduksi barang dan jasa yang berkualitas, aman dimakan/digunakan, mengikuti standar yang berlaku, serta harga yang sesuai (*reasonable*).

Persaingan dan motif usaha yang bertumpu pada profit dan makin beragamnya produk yang ditawarkan menyebabkan para pelaku usaha melupakan etika dan tata cara berdagang yang sehat. Tindakan-tindakan yang keluar dari jalur etika bisnis yang sehat tersebut menyebabkan adanya pihak yang dirugikan tentu saja dalam hal ini adalah konsumen. Kondisi demikian tidak menutup kemungkinan akan menimbulkan suatu sengketa yang diakibatkan

adanya pihak yang merasa dirugikan (konsumen). Perbedaan paham, perselisihan pendapat, pertentangan maupun sengketa tersebut tidak dapat dibiarkan berlarut-larut dan harus segera diselesaikan, yang hasilnya nanti diharapkan dapat memuaskan kedua belah pihak (pelaku usaha dan konsumen).

Cara yang dipakai untuk menyelesaikan suatu sengketa tertentu memiliki konsekuensi, baik pihak yang bersengketa maupun masyarakat dalam arti seluas-luasnya. Karena adanya konsekuensi tersebut sangat perlu untuk menyalurkan sengketa-sengketa tersebut pada suatu mekanisme penyelesaian sengketa yang tepat bagi semua pihak yang bersengketa.¹⁵

Seorang konsumen yang menderita kerugian akibat pemanfaatan atau kesalahan pelaku usaha yang kurang cermat dalam proses produksi dapat menuntut adanya ganti rugi. Hal ini diatur dalam Undang-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Menurut Undang-undang RI Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan kedua belah pihak. Ketentuan itu termuat dalam pasal 45 ayat (1) hingga ayat (4) seperti telah disebutkan dalam bab III.

Berdasarkan pasal 45, dapat dikatakan bahwa ada dua bentuk penyelesaian sengketa konsumen, yaitu melalui jalur pengadilan dan jalur di luar pengadilan. Penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan mengacu kepada ketentuan peradilan umum yang berlaku di Indonesia. Penyelesaian sengketa di luar

¹⁵Gunawan Wijaya dan Ahmad Yani, *Hukum Arbitrase*, Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2001, hlm.

pengadilan seperti dimaksud pada ayat (2) tidak menghilangkan tanggung jawab pidana seperti diatur dalam Undang-undang.

Penyelesaian sengketa di luar pengadilan juga diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan tentang bentuk dan besarnya ganti rugi dan. Hal ini seperti termuat dalam pasal 47 sebagai berikut: "Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen.¹⁶

Konsumen yang ingin menyelesaikan sengketa konsumen dengan cara non-pengadilan bisa melakukan alternatif resolusi masalah atau *Alternatif Dispute Resolutin* (ADR) ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM), Direktorat Perlindungan Konsumen di bawah Departemen Perdagangan, atau lembaga-lembaga lain yang berwenang.

Prosedur untuk menyelesaikan sengketa di BPSK sangat mudah. Konsumen yang bersengketa dengan pelaku usaha bisa datang langsung ke BPSK Provinsi, yaitu dengan membawa surat permohonan penyelesaian sengketa, mengisi formulir pengaduan, dan menyerahkan berkas (dokumen pendukung). Kemudian, BPSK akan mengundang pihak-pihak yang sedang bersengketa untuk melakukan pertemuan pra-sidang. BPSK memiliki wewenang untuk melakukan pemeriksaan atas kebenaran laporan dan keterangan yang

¹⁶ Undang-undang RI Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Yogyakarta: Pustaka Yustisia, 2006, hlm. 36.

diadakan oleh pihak-pihak yang bersengketa. Pada pertemuan ini akan ditentukan bagaimana langkah selanjutnya, yaitu dengan jalan damai atau jalan lain.

Jika tidak ditempuh jalur damai, ada tiga tata cara penyelesaian sengketa berdasarkan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 350/MPP/Kep/12/2001, yaitu melalui konsiliasi, mediasi, dan arbitrase.

Pertama, konsiliasi. Penyelesaian melalui cara ini dengan cara dilakukan sendiri oleh para pihak yang bersengketa dengan didampingi oleh majelis yang bertindak pasif sebagai konsiliator (Pasal 5 ayat (1) Kepmen Perindustrian dan Perdagangan).

Kedua, mediasi. Penyelesaian dengan cara ini dilakukan sendiri oleh para pihak yang bersengketa dengan didampingi oleh majelis yang bertindak aktif sebagai mediator (Pasal 5 ayat (2) Kepmen Perindustrian dan Perdagangan). Cara mediasi ini hampir sama dengan cara konsiliasi, yang membedakan di antara keduanya adalah kalau mediasi didampingi oleh manjelis aktif, sedangkan cara konsiliasi didampingi majelis pasif.

Ketiga, arbitrase. Penyelesaian dengan cara ini berbeda dengan dua cara sebelumnya. Dalam cara arbitrase, badan atau majelis yang dibentuk BPSK bersikap aktif dalam mendamaikan pihak-pihak yang bersengketa jika tidak tercapai kata sepakat di antara mereka. Cara pertama yang dilakukan adalah badan ini memberikan penjelasan kepada pihak-pihak yang bersengketa perihal perundang-undangan yang berkenaan dengan hukum perlindungan konsumen. Lalu, masing-masing pihak yang bersengketa diberikan kesempatan yang sama

untuk menjelaskan apa saja yang dipersengketakan. Nantinya, keputusan yang dihasilkan dalam penyelesaian sengketa ini adalah menjadi wewenang penuh badan yang dibentuk BPSK tersebut.

Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan di dalam Islam dapat dimasukkan sebagai perdamaian (*al-shulhu*) yang memang sangat baik dan bahkan dianjurkan oleh hukum Islam. Namun demikian, karena posisi konsumen yang tidak kuat, maka cara penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, tidak akan banyak menguntungkan konsumen. Seperti dikemukakan Az. Nasution, bahwa pengalaman menunjukkan pihak pelaku usaha cenderung menunjukkan "arogansi"nya dalam penyelesaian hukum secara damai atau arbitrase.¹⁷

Oleh karena itu, penyelesaian yang paling baik terhadap perlindungan hak konsumen adalah dengan adanya hukum dan badan pengawas khusus atau peradilan khusus. Badan inilah yang akan mampu memonitor segala pelanggaran hak konsumen, yang dalam peradilan Islam disebut dengan jawatan *al-hisbah*.

Sesuai dengan imbauan resolusi Perserikatan Bangsa-bangsa (PBB) tahun 1985 tentang pedoman perlindungan konsumen (*Guidelines for Consumer Protection*) yang mengajak seluruh negara di dunia agar memberlakukan, memelihara dan memperkuat hak-hak yang semestinya diperoleh oleh para konsumen (pemakai barang dan jasa), maka keegiatan penegakan hukum perlindungan konsumen yang dilakukan jawatan *al-hisbah* cukup komprehensif,

¹⁷Az. Nasution, *op.cit.*, hlm. 58.

aktif dan memberi janji yang lebih baik bagi terselenggaranya hukum perlindungan konsumen.

Terdapat keunggulan jawatan *al-hisbah* dibandingkan dengan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) sebagai implementasi penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan yang terdapat pada Undang-undang RI Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, di antaranya:

Pertama, jawatan *al-hisbah* mengharuskan memiliki ahli-ahli khusus untuk mengawasi, memeriksa dan menyelesaikan masalah pelanggaran hak-hak konsumen sehingga dapat bekerja dengan cepat, terutama yang berkaitan dengan proses pembuktian barang yang tidak sesuai dengan standar mutu.

Kedua, jawatan *al-hisbah* lebih berwibawa karena mempunyai wewenang sebagai polisi khusus yang boleh memberikan hukuman sepadan sesuai dengan batas wewenangnya, sehingga konsumen dengan mudah dapat mengadukan perkaranya. Oleh karena itu, jawatan *al-hisbah* memiliki wewenang atau power melebihi BPSK.

Ketiga, beberapa ciri wilayah *al-qadha* dan wilayah *al-muzhalim* yang terpadu pada wilayah *al-hisbah*, dapat melepaskan konsumen dari proses penyelesaian perkara yang tidak sederhana. Kemudian apabila permasalahan tersebut memerlukan campur tangan wilayah *al-qadha* dan wilayah *al-muzhalim*, maka wilayah *al-hisbah* akan bertindak sebagai penuntut umum yang membela hak konsumen, sehingga segala biaya penyelesaian perkara akan ditangani oleh jawatan *al-hisbah*.

Menurut hemat penulis, tidak ada salahnya apabila Indonesia mengambil banyak aspek positif yang terdapat pada konsep wilayah *al-hisbah* yang pernah terlaksana dan menjadi kajian para ahli hukum ekonomi Islam.

Sebab, banyak terdapat keunggulan jawatan *al-hisbah* dibandingkan dengan BPSK. Jika BPSK sebagai mediator yang pasif karena sebagai implementasi penyelesaian sengketa konsumen di luar peradilan, maka jawatan *al-hisbah* justru bersifat aktif karena sebagai badan yang dibentuk khusus. Selain itu, jika anggota BPSK bisa diisi oleh kalangan profesional yang belum tentu ahli di bidang hukum perlindungan konsumen, maka jawatan *al-hisbah* mengharuskan diisi oleh mereka yang memiliki ahli-ahli khusus di bidang hukum perlindungan konsumen. Jawatan *al-hisbah* memiliki wewenang atau power melebihi BPSK, karena sebagai kepanjangan pemerintah dan memiliki wilayah *al-qadha* dan wilayah *al-muzhalim* sekaligus yang bertindak sebagai penuntut umum yang membela hak konsumen.

pelaksanaannya, ahli ekonomi umumnya menghadapi suatu dilema karena apabila mekanisme pasar dibebaskan sedangkan peranan negara dkecilkan, maka akan terjadi banyak penyimpangan oleh kelompok ekonomi kuat atas pihak yang lemah seperti sekarang ini. Sedangkan apabila negara terlalu banyak mengatur mekanisme pasar dan berlaku sebagai penyedia atas keseluruhan kebutuhan masyarakat, maka akan terjadi stagnasi ekonomi dan inefisiensi masal, seperti yang telah terjadi pada negara Uni Soviet yang terpaksa bangkrut karena mekanisme pasar dibunuh dan negara dianggap serba bisa mengatasi segala permasalahan ekonomi.¹⁸

Indonesia sebagai negara yang lebih dekat dengan sistem ekonomi kapitalis, maka akan lebih banyak membiarkan mekanisme pasar berjalan bebas, sedangkan hal ini cukup riskan terhadap konsumen. Oleh karena itu, nasib konsumen di Indonesia tentu tidak jauh berbeda dengan negara kapitalis dan bahkan lebih buruk.¹⁹ Negara harus berperan secara proporsional dalam menangani masalah ekonomi rakyat, sehingga distorsi atau penyimpangan dapat dihindari, khususnya dalam melindungi kaum lemah, dalam hal ini konsumen termasuk pihak yang lemah. Salah satu instrumen efektif yang dapat mengawasi dan menjaga keseimbangan mekanisme pasar adalah lembaga peradilan, kepolisian umum, dan polisi khusus.

Tugas-tugas lembaga perdailan dan pengawasan hukum yang terdapat dalam Islam sangat beragam, namun di sini penulis akan memfokuskan pada penegakan hukum yang berkaitan dengan perlindungan konsumen.

¹⁸Didik J. Rachbini, "Kata Pengantar", dalam Zumrotun K. Susilo, *Penyambung Lidah Konsumen*, Jakarta: Puspa Swara, 1996, hlm. 5.

¹⁹ T. Gilarso, *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro*, Yogyakarta: Kanisius, 1992, hlm. 489.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan pembahasan secara menyeluruh pada bab-bab sebelumnya tentang “TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN DI LUAR PENGADILAN; Analisis terhadap Pasal 45 dan Pasal 47 Undang-undang RI Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen”, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hukum ekonomi Islam telah memuat secara lengkap tentang perlindungan konsumen dan penyelesaian sengketa konsumen. Hal ini bisa dilihat dari berbagai perangkat seperti pelarangan *ba'i al-gharar* (jual beli mengandung tipuan), pemberlakuan hak *khiyar* (hak untuk melangsungkan atau membatalkan transaksi karena alasan diterima), beberapa hal yang merusak kebebasan transaksi seperti adanya *al-ghalt* (tidak adanya persesuaian dalam hal jenis atau sifat barang) dan *al-ghubn* (adanya tipuan yang disengaja) dan masih banyak lagi lainnya. Perangkat ini dapat dijadikan perisai bagi perlindungan konsumen, di samping perangkat lainnya. Sedangkan penyelesaian sengketa konsumen menurut hukum Islam harus melalui badan khusus atau peradilan khusus yang disebut dengan *wali al-hisbah*.
2. Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan seperti diatur dalam Pasal 45 dan Pasal 47 Undang-undang RI Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menurut hukum Islam bukan termasuk penyelesaian

yang efektif. Menurut konsep Islam akan lebih efektif penyelesaian sengketa konsumen melalui badan atau peradilan khusus yang di dalam Islam disebut dengan jawatan *al-hisbah*. Badan ini yang akan mampu memonitor segala pelanggaran hak konsumen, sekaligus menyelesaikan sengketa konsumen. Meskipun pada dasarnya penyelesaian sengketa di luar peradilan dengan jalur perdamaian (*al-shulh*) sangat dianjurkan, namun untuk kasus sengketa konsumen tidak demikian. Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan justru akan merugikan konsumen, karena konsumen berada pada posisi yang lemah.

B. Saran-saran

Berdasarkan penelitian penulis tentang “TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN DI LUAR PENGADILAN; Analisis terhadap Pasal 45 dan Pasal 47 Undang-undang RI Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen”, maka perlu penulis ajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Para praktisi dan peneliti hukum ekonomi Islam agar dapat merumuskan hukum Islam sebagai perangkat hukum yang mengatur penyelesaian sengketa konsumen agar sesuai dengan prinsip-prinsip yang diajarkan ekonomi Islam.
2. Kepada pihak-pihak yang terkait dengan badan penyelesaian sengketa konsumen agar mengedepankan keadilan dan independensi agar konsumen benar-benar tidak dirugikan dan dapat memperoleh hak-haknya.

C. Penutup

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah S.W.T. dengan selesainya penulisan skripsi ini. Penulis merasa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan penulis sendiri. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar dapat melakukan penulisan/penelitian yang lebih baik di masa depan. Namun demikian, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, khususnya bagi penulis sendiri. Amien.

DAFTAR PUSTAKA

- 'Aini, Sa'adah Nur, "Tanggung Jawab Pelaku Usaha relevansinya dengan Etika Bisnis Islami (Study Analisis Pasal 19 UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen)", Semarang: Skripsi Fakultas Syari'ah IAIN Walisongo, 2004, td.
- Al-Asqalani, Ibnu al-Hajar, *Bulugh Al-Maram*, Beirut: Dar al-Kitab al-'Ilmiyah, t.th.
- Al-Bajuri, Ibrahim, *al-Bajuri*, Indonesia: Daar al-Ihya, t.th.
- Al-Dimyati, Muhammad Syatha, *I' anat Thalibin*, Semarang: Toha Putra, t.th.
- Al-Husaini, Taqiyuddin Abu Bakr bin Muhammad, *Kiafayat al-Akhyar*, Bandung: PT. Al-ma'arif, t.th.
- Al-Jauziyyah, Ibn Qayim, *al-Thuruq al-Hukmiyah fi al-Siyasah al-Syar'iyah*, Kairo: al-Mu'sasat al-Arabiyah, 1961.
- Al-Mawardi, Abu Hasan, *Al-Ahkam al-Sulthaniyah*, Surabaya: Syirkah Bangil Indah, t.th.
- Ash Shiddieqy, M. Hasbi, *Pengantar Fiqh Muamalah*, Semarang: PT. Pustaka Rizki Putra, 2001.
- Choiriyah, Siti, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perbuatan yang Dilarang Bagi Pelaku Usaha dalam Pasal 8 Undang-undang Nomor 8 Tahun 999 tentang Perlindungan Konsumen", Semarang: Skripsi Fakultas Syari'ah IAIN Walisongo, 2005, td.
- Departemen Agama RI, *al-Qur'an dan Terjemahannya*, Jakarta: CV. ART, 1990.
- Dewi, Gemala, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, Jakarta: Kencana, 2005.
- Hadi, Sutrisno, *Metodologi Reseach*, Yogyakarta: Andi Offset, 2004.
- Karim, Helmi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1997.
- Kholisoh, Siti, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen Menurut Pasal 46 (B) UUPK No. 8 Tahun 1999 Tentang Class Action", Semarang: Skripsi Fakultas Syari'ah IAIN Walisongo, 2005, td.
- Kurniati, Erna, "Analisis terhadap Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Relevansinya dengan Kehalalan Produk Bagi Konsumen Muslim", Semarang: Skripsi Fakultas Syari'ah IAIN Walisongo, 2006, td.

- Lubis, Suhrawardi K., *Hukum Ekonomi Islam*, Jakarta: Sinar Grafika, 2000.
- Mas'adi, Ghufron A., *Fiqh Muamalah Kontekstual*, Semarang: Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002.
- Muflih, Muhammad, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006.
- Muhadjir, Noeng, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Edisi IV, Yogyakarta: Rake Sarasin, 2002.
- Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi UGM, 2004.
- Muhammad dan Lukman Fauroni, *Visi al-Qur'an tentang Etika dan Bisnis*, Jakarta: Salemba Diniyah, 2000.
- Nasution, Az., *Hukum Perlindungan Konsumen; Suatu Pengantar*, Yogyakarta: Daya Widya, 1999.
- _____, *Konsumen dan Hukum*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1995.
- Partanto, Pius A., dan M. Dahlan al-Barry, *Kamus Ilmiah Populer*, Surabaya: Arkola, 1994.
- Rachbini, Didik J., "Kata Pengantar", dalam Zumrotun K. Susilo, *Penyambung Lidah Konsumen*, Jakarta: Puspa Swara, 1996.
- Ramli Hs, dkk., *Memahami Konsep Dasar Islam*, Semarang: Aneka Ilmu, 2003.
- Sabiq, Sayyid, *Fiqh al-Sunnah*, Jilid III, Beirut: Dar al-Fkr, 1995.
- Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta: PT. Grasindo, 2004.
- Shofie, Yusuf, *Pelaku Usaha, Konsumen dan Tindak Pidana Korporasi*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002.
- Suhendi, Hendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002.
- Susanto, Happy, *Hak-hak Konsumen Jika Dirugikan*, Jakarta: Visimedia, 2008.
- Tim Penyelenggara Penterjemah al-Qur'an, *al-Qur'an dan Terjemahnya*, , Medinah: Muamma' al-Malik Fahd li Thiba'at al-Mushaf al-Syarif, 1418 H.
- Undang-undang RI Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*, Yogyakarta: Pustaka Yustisia, 2006.

Wijaya, Gunawan, dan Ahmad Yani, *Hukum Arbitrase*, Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2001.

_____, *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003.

Zed, Mestika, *Metode Penelitian Kepustakaan*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2004.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Siti Rondiyah
Tempat & Tgl. Lahir : Semarang, 13 Mei 1985
Alamat : Desa Karang Tengah, Payungan RT. 01/3,
Kec. Kaliwungu Kab. Semarang

JENJANG PENDIDIKAN

SDN Payungan 01, Lulus 1997
SLTP Al-Muayyad Surakarta, Lulus 2000
SMU Al-Muayyad Surakarta, Lulus 2003
Fakultas Syari'ah IAIN Walisongo Lulus 2009.