

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Hukum Perlindungan Konsumen

1. Definisi Perlindungan Konsumen

Pernyataan yang dikemukakan oleh **Az. Nasution** menyatakan bahwa konsumen dikelompokkan menjadi dua bagian yaitu, (1) pemakai atau pengguna barang dan jasa yang bertujuan memperoleh produk tersebut untuk dijual kembali, (2) pemakai atau pengguna barang dan jasa yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pribadi atau kelompoknya.¹⁴

Menurut **Janus**, konsumen merupakan semua orang yang membutuhkan barang atau jasa yang bertujuan untuk dapat mempertahankan hidupnya, keluarganya, ataupun untuk pemeliharaan dan perawatan harta bendanya.¹⁵

Menurut **Dr. Munir Fuady**, konsumen merupakan pengguna akhir bagi barang dan jasa, yaitu setiap pemakai produk yang tersedia dalam masyarakat, baik dalam pemenuhan kebutuhannya sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lainnya serta tidak untuk diperdagangkan kembali.¹⁶

¹⁴ Az. Nasution, *Konsumen dan Hukum*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1995), 19.

¹⁵ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2006), 17.

¹⁶ Munir Fuady, *Pengantar Hukum Bisnis- Menata Bisnis Modern di Era Global*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2008), 227

Perlindungan konsumen menurut **Az. Nasution** merupakan bagian dari suatu hukum yang memuat asas dan kaidah yang sifatnya mengatur dan juga melindungi kepentingan konsumen. Sedangkan hukum konsumen didefinisikan sebagai seluruh bentuk dari asas dan kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak yang berkaitan dengan suatu produk dalam pergaulan hidup.¹⁷ Oleh karenanya, maka bentuk perlindungan konsumen dapat ditelaah dari berbagai macam sudut pandang.

Manusia merupakan makhluk sosial yang mana pada posisinya masing-masing atau bersama dengan kelompok akan membutuhkan terhadap yang lainnya termasuk dalam keadaan menjadi konsumen untuk suatu produk yang membutuhkan adanya pelaku usaha (penjual). Umumnya, keadaan ini menunjukkan sisi kelemahan pada diri konsumen yang dianggap masih tidak aman.

Pemicu terjadinya kedudukan konsumen yang lemah disebabkan karena tingkat pengetahuan hukum dan kesadaran konsumen terhadap hak yang dimilikinya masih rendah, sehingga oleh pelaku usaha dimanfaatkan untuk mendapatkan laba sebesar-besarnya tanpa mengindahkan kewajiban yang seharusnya ada pada diri pelaku usaha.¹⁸ Dengan kedudukan konsumen yang masih lemah atau tidak aman dibandingkan dengan kedudukan produsen yang relatif lebih

¹⁷ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Grasindo, 2000), 9.

¹⁸ Silvony Kakoe, Masruchin Ruba'I, dan Abdul Majid, *Perlindungan Hukum Korban Penipuan Transaksi Jual Beli Online Melalui Ganti Rugi Sebagai Pidana Tambahan*, (Jurnal Legalitas 13, No 2, 2020), 115-128.

kuat dalam banyak hal, tentunya konsumen butuh terhadap suatu bentuk perlindungan hukum yang bersifat universal.¹⁹

Setidaknya terdapat dua perbedaan aspek dalam perlindungan konsumen, yaitu:²⁰

- a. Perlindungan terhadap kemungkinan terkirimnya barang yang diterima oleh konsumen tidak sesuai dengan yang telah disepakati diawal terjadinya transaksi
- b. Perlindungan terhadap diberlakukannya syarat yang tidak adil terhadap konsumen

Kedudukan perlindungan konsumen dipandang sangat penting dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang merupakan mesin penggerak bagi produktifitas dan efisiensi produsen atas barang atau jasa yang dihasilkan oleh produsen untuk capaian suatu usahanya.

Hukum perlindungan konsumen merupakan seperangkat tatanan hukum yang diatur untuk memberikan perlindungan kepada konsumen dalam rangka pengayoman terhadap hak yang dimiliki oleh konsumen.²¹ Sehubungan dengan hal tersebut, tingkat kesadaran masyarakat yang berperan sebagai pelaku usaha dagang memiliki nilai yang tinggi untuk kemudian dengan adanya hukum tersebut para pelaku usaha dagang agar memperhatikan hak yang dimiliki oleh konsumen tersebut. Perlu disadari pula bahwa kesadaran hukum ini

¹⁹ Eli Wuria Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015), 3.

²⁰ Rosmawati, *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), 6-10.

²¹ Zaeni Asyhadie, *Hukum Bisnis: Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia*, (Jakarta: Rajawali Press, 2016), 191.

merupakan sebuah bentuk kesadaran yang hadir dan dimulai dari diri manusia itu sendiri.

2. Sejarah Perlindungan Konsumen di Indonesia

Pergerakan sejarah kehadiran perlindungan konsumen dimulai sejak tahun 1970-an. Tepatnya pada bulan Mei 1973, lembaga swadaya masyarakat mendirikan sebuah yayasan yang bernama YLKI atau Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia.²² Pada tahun 1988 tepatnya di bulan Februari setelah berdirinya YLKI lahirlah LP2K yaitu Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen di Semarang, Jawa Tengah.²³

Sedangkan saat ini upaya untuk melindungi konsumen semakin banyak mendapat perhatian mengingat arus globalisasi dunia yang terus berkembang. Terbukti dari berdirinya lembaga-lembaga perlindungan konsumen saat ini seperti YLBKI atau Yayasan Lembaga Bina Konsumen di Indonesia, LKY atau Lembaga Konsumen Yogyakarta, Lembaga Konsumen Surabaya, dls.

Berdirinya lembaga tersebut berperan penting dalam hal pergerakan perlindungan konsumen di Indonesia dari segi advokasi maupun dari segi peningkatan terhadap pengetahuan dan kesadaran masyarakat mengenai perlindungan konsumen.

²² Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), 34.

²³ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Bandung: Grasindo, 2004), 53.

Perhatian terhadap hal ini juga ditandai dengan banyaknya kehadiran studi yang bersifat akademis serta dasar-dasar yang telah diterbitkan dan diatur dalam bentuk buku perundang-undangan.²⁴

3. Hak dan Kewajiban Konsumen

Tujuan diadakannya perlindungan konsumen yang diatur dari berbagai macam tinjauan ialah berdasarkan pada hakikat hak yang dimiliki oleh konsumen tersebut. Sebagai pengguna barang atau jasa setiap konsumen memiliki hak dan kewajiban yang sama. Pengetahuan mengenai hak-hak yang dimiliki oleh konsumenpun menjadi penting untuk diketahui agar konsumen tersebut bisa bertindak sebagai konsumen yang kritis dan mandiri, sehingga kepentingannya dalam menggunakan nilai suatu barang dapat terpenuhi sesuai porsi yang selayaknya mereka dapatkan dari seorang pelaku usaha.

Berdasarkan Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, hak-hak konsumen ialah sebagai berikut:

- a) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa
- b) Hak untuk memilih dan mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan
- c) Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa

²⁴ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen: Suatu Pengantar*, (Jakarta: Diaadit Media, 2011), 26.

- d) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan
- e) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut
- f) Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen
- g) Hak untuk diperlakukan dan dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif
- h) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya
- i) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya

Selain itu, konsumen juga penting untuk mengetahui hal-hal yang wajib baginya agar dapat terhindar dari kemungkinan adanya kerugian dalam menggunakan barang ataupun jasa. Termuat dalam Pasal 5 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yaitu:

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

- d) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut

4. Dalil Perlindungan Konsumen

Penetapan aturan perlindungan konsumen dalam Islam sesuai dengan urutannya berdasarkan urutan pedoman hukum dalam Islam sebagaimana yang telah disepakati oleh para *fuqaha*, yaitu: (1) Al-Qur'an, (2) As-Sunnah atau Hadits Nabi, (3) Ijma', dan (4) Qiyas.

Landasan dasar yang digunakan dalam penetapan perlindungan konsumen yaitu pada Al-Qur'an Surat Al-Baqarah Ayat 279.

فَإِنْ لَّمْ تَعْلَمُوا فَادْتُوا بِحَرْبٍ مِنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِنْ تُبْتُمْ فَلَكُمْ زُؤْسُكُمْ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ﴿٢٧٩﴾

*“Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak pula dianiaya.”*²⁵

Dalam ayat ini secara tersurat pembahasan mengenai riba, namun secara tersirat pula mengandung makna yang sangat luas termasuk dari adanya perlindungan konsumen.²⁶ Di akhir ayat pelafadzan *لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ* (tidak mendzalimi dan tidak pula didzalimi), dalam ranah bisnis potongan pada akhir ayat ini mengandung perintah adanya perlindungan konsumen. Yaitu antara pelaku usaha dan konsumen

²⁵ Al quran

²⁶ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2013), 41.

dilarang untuk saling mendzalimi atau merugikan antara yang satu dengan yang lain sebagaimana konsep bisnis yang ada dalam Islam, bahwa penerapan bisnis harus belandaskan pada nilai-nilai etik yang menjunjung tinggi kejujuran dan keadilan.

B. Etika Bisnis Islam

Perlindungan konsumen merupakan salah satu dari bagian dalam menegakkan etika berbisnis bagi setiap pelaku usaha terhadap konsumennya. Perlindungan konsumen ini merupakan suatu bentuk yang berkaitan erat dengan kegiatan bisnis. Oleh karena, perlindungan konsumen perlu ditelaah dari berbagai sudut pandang mana saja yang berkaitan dengan hal tersebut termasuk melalui sudut pandang etika bisnis Islam itu sendiri.

Etika yang Islami jika dikaitkan dengan persoalan bisnis maka akan melahirkan suatu gambaran “etika bisnis Islam” yang merujuk pada norma-norma etika yang menjadi acuan dalam berbisnis berlandaskan pada Al-Qur’an dan Hadits.²⁷ Dengan artian bahwa Al-Qur’an dan Hadits merupakan kiblat dari semua aktifitas yang bersangkutan dengan kehidupan manusia termasuk dalam hal etika bisnis Islam tersebut.

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika merupakan sebuah cabang filsafat yang mencari hakikat nilai-nilai baik dan juga buruk dari tindak laku individu yang

²⁷ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis*, (Jakarta: Penebar Plus, 2012), 30.

dilakukannya dengan penuh kesadaran berdasarkan pertimbangan pemikirannya.²⁸

Konteks etika lebih ditujukan kepada perilaku atau tindakan yang sifatnya individu atau perseorangan.²⁹ Dalam ajaran agama Islam etika lebih dikenal dengan sebutan akhlak, kata ini berasal dari bahasa Arab yang sudah masyhur dan baku di Indonesia.

Dalam ilmu ekonomi, bisnis merupakan kegiatan penjualan barang atau jasa yang dilakukan oleh pebisnis kepada konsumen yang bersifat individual atau kelompok tertentu untuk mendapatkan laba.³⁰

Tujuan dari bisnis sendiri tidak hanya sekedar memperoleh keuntungan saja, namun juga bagaimana pebisnis itu sendiri mampu menjalin komunikasi dan memberikan pengayoman yang baik kepada pembelinya melalui etika-etika bisnis yang berujung keuntungan terhadap usaha itu sendiri.

Dalam penerapannya pelaku usaha yang menjalankan bisnis harus beretika. Sebagaimana yang terlampir dipaparkan oleh Ismail Solihin sebab pelaku usaha harus beretika dalam berbisnis karangan mengutip pendapat yang dikemukakan Post et al, bahwa:

- a) Pelaku usaha seharusnya menjalankan bisnisnya dengan etika yang baik dan benar. Jika pelaku usaha tidak mampu dengan hal tersebut, maka bisnis yang dijalannya akan mendapatkan

²⁸ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 20.

²⁹ Mukhtar Samad, *Etika Bisnis Syari'ah Berbisnis Sesuai dengan Moral Islam*, (Jogjakart: Sunrise, 2016), 7.

³⁰ Khoiruddin, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Bandar Lampung: LP2M, 2015), 1.

sorotan, kritikan, nilai negatif bahkan akan merujuk pada sebuah hukuman,

- b) Pelaku usaha yang dapat menerapkan etika bisnis yang baik akan meningkatkan terhadap kinerja perusahaan atau toko tersebut,
- c) Pelaku usaha yang dapat menerapkan etika bisnis yang baik akan meningkatkan relasi bisnis yang berkualitas,
- d) Pelaku usaha yang dapat menerapkan etika bisnis yang baik akan terhindar dari penyalahgunaan yang dilakukan oleh pihak ketiga yang bertindak tidak etis,
- e) Pelaku usaha yang dapat menerapkan etika bisnis yang baik akan terhindar dari sanksi hukum karena telah menjalankan bisnis secara tidak benar atau tidak sesuai koridor.³¹

Etika bisnis Islam

2. Prinsip Etika Bisnis Islam

Penerapan etika bisnis yang ideal dalam prinsipnya sudah dilakukan dan diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW. Dari ajaran tersebut bernilai guna untuk membangun dan menerapkan tatanan bisnis di masa kini dengan tatanan bisnis yang berkeadilan.

Adapun dalam prinsip tersebut terdapat lima aksioma bisnis, diantaranya:³²

- a) Ketauhidan

³¹ Ismail Solihin, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Erlangga, 2012), 104-105.

³² Khoiruddin, *Etika bisnis Dalam Islam*, (Bandar Lampung: LP2M, 2015), 53.

Prinsip ketauhidan merupakan hal yang paling mendasar, yaitu dalam posisinya ketauhidan ini merupakan pondasi utama bagi setiap muslim yang bertaqwa ketika menjalankan fungsi kehidupannya. Dengan dasar penerapan tauhid akan menghasilkan keridhoan Allah terhadap muslim yang bertaqwa tersebut sebab dia telah melakukan tata cara kehidupan sesuai dengan kaidah Islam.

Tauhid mengajarkan manusia sebagai makhluk yang diciptakan oleh Allah dan Dia-lah sebagai pemilik manusia dan seluruh alam. Dengan demikian, seluruh bentuk kegiatan yang dilakukan manusia tak terlepas sedikitpun dari pengawasan-Nya dalam hal melaksanakan perintah Allah yang menunjuk manusia sebagai khalifah-Nya di muka bumi ini.

b) Adil atau seimbang

Prinsip ini menyangkut terpenuhinya hak diantara sesama yang merujuk pada hubungan antar manusia yang satu dengan manusia yang lain. Dalam ajaran Islam mengenai aktifitas bisnis (perdagangan) harus berkeadilan tanpa terkecuali, bahkan kepada pihak yang tidak disukai. Sebagaimana yang telah disebutkan dalam Firmannya, Q.S. Al-Maidah Ayat 8:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نُ قَوْمٍ عَلَى

أَلَّا تَعْدِلُوا أَعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَى وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿٨﴾

“Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu menjadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap suatu kaum, membuatmu berlaku tidak adil.”

c) Bijaksana dan jujur

Unsur bijaksana dan jujur terlahir dari adanya prinsip kebenaran yang dimiliki oleh hati seorang muslim dan dapat dinyatakan kejelasannya dengan tingkah laku yang ditunjukkan dalam keseharian muslim tersebut.

Hadirnya prinsip kebenaran dalam menjalankan bisnis menjadi sebuah niat, sikap dan perilaku yang baik, meliputi: proses pencarian dalam mendapatkan komoditas pengembangan dan juga dalam proses meraih dan menetapkan suatu keuntungan. Dengan prinsip kebenaran ini menarik simpul bahwa etika bisnis Islam sangat menjaga kemungkinan kerugian dari salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerja sama atau perjanjian dalam bisnis.

Dalam Q.S. Al-Isra' Ayat 35 disebutkan:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كُنْتُمْ وَزَنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ﴿٣٥﴾

“Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan timbangan yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.”

d) Bebas berkehendak

Manusia sebagai makhluk yang diciptakan oleh Allah memiliki hak kebebasan dalam melakukan aktifitasnya termasuk dalam hal berbisnis. Bebas berkehendakpun dengan batasan yang sesuai dengan kaiah Islam. Dalam menjalankan suatu bisnis, pelaku usaha dihadapkan dengan adanya sebuah perjanjian dan apabila seorang muslim dengan hak kebebasan yang dimilikinya dengan tetap berlandaskan pada etika bisnis yang diajarkan dalam Islam tentunya akan mengarahkan seseorang tersebut (pelaku bisnis) untuk dapat menepati perjanjian sesuai yang telah disepakatinya bersama konsumen. Dan sebaliknya, jika seorang muslim tersebut menjalankan bisnis tidak berdasarkan etika Islam maka akan memicu terjadinya pelanggaran janji. Hal ini ditegaskan dalam Q.S. Al-Maidah Ayat 1:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ۗ أُخَذَتْ لَكُمْ بِهِيْمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُنْتَلَىٰ عَلَيْكُمْ غَيْرِ
مُجْلَىٰ الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ ۗ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ ﴿١﴾

“Wahai orang-orang yang beriman! Penuhilah janji-janji.

Hewan ternak dihalalkan bagimu, kecuali yang akan disebutkan kepadamu, dengan tidak menghalalkan berburu

ketika sedang berihram (haji atau umroh). Sesungguhnya

Allah menetapkan hukum sesuai dengan yang Dia

kehendaki.”

e) Tanggung jawab

Prinsip tanggung jawab sebagai etika bisnis merujuk pada tanggung jawab moral manusia sebagai pelaku usaha kepada Tuhan atas perilaku usaha yang dijalankannya. Pada dasarnya semua aktifitas yang dilakukan oleh manusia akan dimintai pertanggungjawabannya kelak di hari akhir. Sedangkan segala sesuatu yang kita miliki di dunia hanya bersifat sementara dan merupakan amanah dari Tuhan yang juga harus dipertanggungjawabkan termasuk harta yang kita miliki.

Ditegaskan dalam Q.S An-Nisa Ayat 85:

مَنْ يَشْفَعْ شَفْعَةً حَسَنَةً يَكُنْ لَهُ نَصِيبٌ مِنْهَا ۗ وَمَنْ يَشْفَعْ شَفْعَةً سَيِّئَةً يَكُنْ لَهُ كِفْلٌ مِنْهَا ۗ وَكَانَ اللَّهُ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ مُّحِيطًا ﴿٨٥﴾

“Barangsiapa memberi pertolongan dengan pertolongan yang baik, niscaya dia akan memperoleh bagian dari (pahala)nya. Dan barangsiapa memberi pertolongan dengan pertolongan yang buruk, niscaya dia akan memikul bagian dari (dosa)nya. Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.”