

# Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Norma Bisnis Islam

Zahrotul Maásah<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Lamongan, Jawa Timur

Email : [zahrotulmaasah@gmail.com](mailto:zahrotulmaasah@gmail.com)

**Abstrak**—Perlindungan konsumen bukan merupakan hal baru dalam kehidupan masyarakat Indonesia yang sangat majemuk, namun pelanggaran-pelanggaran terhadap perlindungan konsumen tidak jarang terjadi, konsumen selalu pada posisi yang sangat lemah, dan eronisnya konsumen khususnya di Indonesia tidak semua dapat secara teliti dan kritis dalam menilai suatu produk barang dan jasa, sehingga dapat dengan mudah diperdaya oleh para produsen. Hal ini penting sekali untuk dibahas dalam kaitannya dengan norma bisnis Islam dan perbandingan antara perlindungan konsumen di Indonesia, mengingat kelalain atau kesengajaan berproduksi atau dalam memberikan bidang jasa, akan membawa dampak kerugian bagi para konsumen dan masyarakat pada umumnya. Dalam pelaksanaannya, penelitian ini tergolong penelitian normatif dengan penggunaan metode *statue approach* dan telaah terhadap hasil penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan pembahasan deskriptif-analitik. Adapun sumber bahan hukum yang digunakan sebagai peraturan perundang-undang dan sumber hukum Islam (al-Qur'an dan Hadist) dan karya-karya ilmiah yang terkait dengan masalah perlindungan perlindungan konsumen. Prosedur identifikasi dan inventarisasi secara kritis untuk selanjutnya melalui proses klarifikasi logis sistimatis sesuai dengan tema yang terumus dalam tujuan penelitian ini

**Kata Kunci:** Perlindungan Konsumen, Norma, Bisnis Islam

**Abstract**—Consumer protection is not a new thing in the life of a very diverse Indonesian society, but violations of consumer protection are not uncommon, consumers are always in a very weak position, and ironically consumers, especially in Indonesia, are not all able to thoroughly and critically evaluate a product, goods and services, so that they can be easily deceived by producers. This is very important to discuss in relation to Islamic business norms and comparisons between consumer protection in Indonesia, bearing in mind that negligence or intentional production or in providing services will have a detrimental impact on consumers and society in general. In its implementation, this research is classified as normative research using the *statue approach* method and the study of the results of this research is carried out using descriptive-analytic discussion. As for the sources of legal materials used by various laws and sources of Islamic law (al-Qur'an and Hadith) and scientific works related to the issue of consumer protection. Critical identification and inventory procedures are then followed through a systematic logical clarification process in accordance with the theme formulated in the purpose of this study.

**Keywords:** Consumer Protection, Norms, Islamic Business

## 1. PENDAHULUAN

Setiap orang baik secara pribadi maupun kelompok pada suatu waktu dan dalam keadaan apapun pasti akan berpredikat sebagai konsumen, untuk suatu produksi (barang atau jasa). Kenyataan dewasa ini dalam berbagai sisi menunjukkan konsumen sering kali pada posisi yang tidak menguntungkan atau lemah, pada hal dalam kegiatan bisnis terdapat hubungan yang seharusnya saling menguntungkan antara pelaku usaha dengan konsumen sebagai pemakai jasa atau barang. Kepentingan pelaku usaha adalah memperoleh kepuasan melalui pemenuhan kebutuhannya terhadap produk tertentu sehingga terdapat kerjasama yang saling membutuhkan.

Konsep-konsep pemasaran dipandang dari strategi pemasaran global telah berubah dari waktu ke waktu untuk mendapatkan konsumen serta berusaha memperoleh kawasan pasar baru yang lebih luas, mengingat ketatnya persaingan dalam dunia usaha disamping dapat menguntungkan bagi konsumen namun juga akan berdampak negatif pada umumnya, dan salah satu karakteristik perlindungan konsumen dalam Islam adalah tidak menghalalkan segala cara, seperti yang disabdakan oleh Rosulullah s.a.w dalam sebuah hadist yang diriwayatkan oleh Muslim, yang artinya sebagai berikut :”Dari Abu Hurairah, “Telah melarang Rasulullah s.a.w akan menjual barang yang mengandung tipu daya,”.

Bertolak dari permasalahan tersebut diatas, perlindungan konsumen juga membutuhkan pemikiran yang luas dalam beberapa aspek lain seperti hukum, agama, pendidikan, sosial dan budaya. Berkaitan dengan perlindungan tersebut, perlu ditelaah terutama perlindungan konsumen

dalam perspektif norma bisnis Islam, hal ini penting karena kenyataan mayoritas masyarakat Indonesia beragam Islam, sehingga masyarakat tidak khawatir terutama yang berkaitan dengan dengan pembuatan dan penggunaan produk (barang atau jasa), sebab Islam merupakan agama yang komprehensif dan universal, dikatakan komprehensif karena Islam mengatur seluruh aspek kehidupan manusia, dan universal karena adanya berlakunya tidak terbatas waktu dan tempat dan masalah bisnis, perdagangan atau perekonomian merupakan salah satu bidang muamalah, dan Islam telah menyediakan rambu-rambu yang tentunya al-Qur'an dan as-Sunnah (hadist) sebagai sumber hukumnya.

Pada prinsipnya norma ekonomi Islam dalam memproduksi maupun jasa, yang wajib dilaksanakan oleh setiap muslim baik individu maupun komunitas wajib dilaksanakan adalah berpegang pada semua yang diharamkan Allah, seperti yang dituangkan dalam firmanNya, surat al-Baqoroh : 168 yang artinya, "Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang ada dibumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan, sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata". Perintah tersebut tidak hanya ditujukan kepada konsumen saja, akan tetapi bersifat umum (menyeluruh), yaitu kalangan muslim baik yang berposisi sebagai konsumen maupun produsen, sehingga manusia diharapkan dapat menikmati semua rizki yang baik dalam pandangan Islam dan tentunya akan berdampak baik bagi kehidupan manusia selanjutnya.

Perbedaan produsen dalam tatanan ekonomi konvensional adalah tidak mengenal istilah halal dan haram, yang menjadi prioritas kerja mereka adalah memenuhi keinginan pribadi dengan mengumpulkan laba sebanyak-banyaknya, mereka tidak mementingkan apakah yang diproduksinya itu bermafaat atau berbahaya, baik atau buruk, etis atau tidak etis untuk para pemakai (konsumen), menurut mereka tidak ada tempatnya mengaitkan ekonomi dengan norma agama.

Pada dasarnya ada beberapa perbedaan dalam norma bisnis Islam dan non Islam, disamping perbedaan yang paling prinsipil seperti dikendalikan aturan halal dan haram, juga terletak pada landasan bisnis non Islam yang berasas sekularisasi, dimana campur tangan agama tidak dikehendaki dan urusan dunia, seluruh bangunan karakteristik bisnis non Islam diarahkan pada hal-hal yang bersifat bendawi dan menafikan (meniadakan) nilai-nilai rukhiyah serta keterikatan pelaku bisnis pada aturan yang lahir dari nilai-nilai transendental (aturan halal dan haram), walaupun ada aturan, semata-mata hanya bersifat etik dan tidak ada hubungan antara dosa dan pahala

Merupakan perkembangan yang baik dengan adanya berbagai yayasan dan lembaga-lembaga lain yang sifatnya melindungi konsumen, seperti YLKI (Yayaan Lembaga Bantuan Hukum Indonesia) dan LSM (lembaga swadaya masyarakat), sebagai pengontrol aktifitas produksi sampai pada distribusi dalam dunia usaha maupun jasa, hal ini sebenarnya dalam Islam sudah dikenal dengan dengan Islah hisbah, seperti yang telah dilakukan oleh Rosulullah s.a.w, dimana beliau memerintahkan serta menyelesaikan sengketa yang terjadi, ketika beliau melarang dua pihak yang bekerja sama dengan cara yang satu kredit sedang yang lain dengan tunai, begitu juga Rasulullah s.a.w, telah mengangkat Sa'id bin al-Ah untuk menjadi qadhi hisbah di pasar Makkah yang disebut dalam kitab Thabaqat Ibnu Saad dan dalam al-Isti'ab karya Ibnu Abdil Barr. Adapun pengertian hisbah menurut Al-Mawardi adalah suatu sistem untuk memerintahkan yang baik dan adil jika keadilan sedang dilanggar atau tidak dihormati, dan melarang apa yang tidak adil jika keadilan itu sedang dilakukan. disisi lain Abu Yusuf mendiskreditkan fungsi hisbah dalam perdagangan dalam hal-hal bersifat industri seperti yang dinyatakan oleh Ahmad:2001 : 163 bahwa hisbah berfungsi melakukan pengecekan timbangan dan takaran, kualitas barang yang ditawarkan untuk dijual, kejujuran dalam dealing dan operasional kebaikan serta kesopanan dalam penjualan dan secara umum pengawasan masyarakat.

Dengan diundangkannya Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) merupakan langkah awal untuk melakukan reformasi atas tatanan hukum yang tidak adil, dialami oleh konsumen, mengutip pendapat Roscoe Pound seorang pendukung sociological jurisprudence yang ditulis oleh Sidarta: 2001 :198 menyatakan bahwa hukum berfungsi sebagai alat perekayasa masyarakat (law as a tool engineering), tidak sekedar melestarikan status quo, dan konsep Pound dikembangkan oleh Mokhtar Kusumaatmadja, bahwa, "hukum (di Indonesia) tidak cukup berperan sebagai alat tetapi juga sebagai pembaharuan masyarakat" . Dan UUPK merupakan salah satu konsekuensi perubahan-perubahan dalam masyarakat yang begitu cepat, maka diharapkan benar-benar dapat menjadi payung dalam perlindungan konsumen di Indonesia.

Salah satu karakteristik norma bisnis Islam adalah keberkahan dan tidak menghalalkan segala cara, seperti disabdakan oleh Rasulullah s.a.w, berbunyi, "Hindarilah banyak bersumpah ketika melakukan transaksi dagang, sebab itu dapat menghasilkan penjualan yang cepat, lalu menghapus berkah". Maka penting sekali mengetahui bagaimana aturan-aturan seharusnya (wajib) dan aturan yang bersifat, baik sebagai konsumen maupun kedudukannya sebagai pelaku usaha, dalam penerapan norma bisnis menurut al-Qur'an dan as-unnah (hadist) yang menjadi pegangan umat Islam, terutama yang berhubungan dengan perlindungan konsumen, meskipun di Indonesia tidak sepenuhnya menggunakan sistem Islam, akan tetapi sebagai wujud kepatuhan terhadap aturan-aturan dan larangan-laranganNya karena semua itu mengandung kemaslahatan (kebaikan) manusia itu sendiri. al-Qur'an surat al-Baqarah :172, yang artinya, "Hai orang-orang yang beriman, makanlah diantara rizki yang baik-baik yang Allah berikan kepadamu, dan bersyukurlah kepada Allah jika benar-benar hanya kepada-Nyalah kamu menyembah".

Dari paparan latar belakang diatas, maka rumusan masalah sebagai bahan penelitian ini adalah: Bagaimanakah perlindungan konsumen dalam perspektif norma bisnis Islam dan perbandingannya dengan perlindungan konsumen di Indonesia ?

Indonesia memiliki penduduk yang tidak sedikit, data terbaru per Juni tahun 2022 dari Dukcapil Kementrian Dalam Negeri penduduk Indonesia berjumlah 275.361.267 jiwa , ini merupakan tempat pasar yang menjanjikan bagi negara-negara lain di era perdagangan bebas saat ini, untuk itu perlu ditingkatkan harkat dan martabat konsumen dan dilakukan peningkatan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dalam norma bisnis yang berwawawan Islam. Sehingga tujuan penulisan ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

Untuk mengetahui bagaimana bentuk perlindungan konsumen dalam perpektif norma bisnis Islam dan perbedaan antara norma ekonomi Islam dengan perlindungan konsumen di Indonesia.

## **2. METODE**

### **2.1 Pendekatan Masalah**

Penelitian ini tergolong sebagai penelitian normatif, pemilihan suatu metode tentunya dibatasi oleh perumusan masalah, obyek yang diteliti dan sanksi yang ada dalam ilmu hukum. Dalam penelitian ini, mempergunakan metode pendekatan stutue approach, artinya dengan mengkaji ketentuan tentang perlindungan konsumen dengan melalui pendekatan Islam (al-Qur'an dan Hadist) dan undang undang nomor. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Telaah terhadap hasil penelitian dilakukan dengan menggunakan pembahasan diskriptif-analitik, hal ini berarti penelaahan dengan cara memaparkan secara cermat, dan tematik yang kemudian dianalitik.

### **2.2 Sumber Bahan Hukum**

Bahan yang dipergunakan dalam penulisan ini adalah bahan-bahan yang dalam penelitian hukum normatif terdiri atas bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, dan sebagai bahan hukum primer dalam penelitian ini adalah:

1. Peraturan perundang-undangan berkaitan dengan perlindungan konsumen
2. Al-Qur'an dan hasist nabi Muhammad sebagai sumber hukum

Sedangkan yang terkait dengan bahan hukum sekunder adalah berbagai karya ilmiah dari para pakar perlindungan konsumen, hasil-hasil penelitian, ensklopedi dan jurnal-jurnal ilmiah dibidang perlindungan konsumen.

### **2.3 Teknik Pengumpulan Bahan Hukum**

Pengumpulan bahan hukum dilakukan melalui prosedur indentifikasi dan inventarisasi bahan-bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder secara kritis untuk selanjutnya melalui proses klasifikasi logis sisitematis. Dalam pengumpulan bahan hukum sekunder, bahan-bahan tersebut disusun berdasarkan nama pengarang, dalam penguraian dan analisis dilakukan berdasarkan obyek penlitian sesuai dengan topik permasalahan.

### **2.4 Tehnik Pengolahan dan Analisis Bahan Hukum**

Bahan-bahan hukum yang diperoleh secara kualitatif dengan melakukan identifikasi dan

inventarisasi secara kritis untuk selanjutnya melalui proses klasifikasi yang logis sistematis sesuai dengan tema yang terumus untuk dianalisis, analisis terhadap bahan hukum tersebut dilakukan dengan menggunakan kualitatif.

Sebagai alat bantu untuk mempertajam analisis, dipergunakan metode perbandingan dan interpretasi hukum, dipergunakan interpretasi gramatikal yaitu suatu metode untuk memahami peraturan perundang-undangan dari segi bahasa, interpretasi logis berarti mencari arti peraturan perundang-undangan dan ayat-ayat serta hadist atau dasar pemikiran yang rasional, interpretasi historis yakni mencari makna hukum dengan cara mengaitkan dengan sejarah latar belakang turunnya ayat-ayat al-Qur'an dan al-hadist (asbabun nuzul dan asbabul wurud) serta perumusan hukum. Penggunaan interpretasi tersebut dimaksud untuk mencari makna terdalam dan terluas dari suatu ketentuan ayat-ayat al-Qur'an dan hadist serta peraturan perundang-undangan yang menjadi bahan hukum penelitian ini.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **3.1 Perlindungan Konsumen Dalam Islam**

Pada dasarnya ketentuan Islam terhadap perintah dan larangan dalam berbisnis merupakan wujud perlindungan konsumen sebagai pemakai produk barang dan jasa. Adapun konsep Islam dalam memberikan perlindungan terhadap konsumen dirumuskan dalam bentuk hak-hak konsumen. Berdasarkan paparan di atas penulis dapat membagi hak-hak konsumen dalam enam hak, yaitu:

1. Hak memperoleh barang dan jasa yang halal
2. Hak atas keamanan dan keselamatan dalam mengonsumsi barang
3. Hak untuk memperoleh informasi yang benar
4. Hak untuk memilih
5. Hak untuk menolak penggunaan sistem riba
6. Hak untuk mendapatkan ganti rugi
7. Hak untuk mendapatkan pelayanan yang baik.

#### **3.2 Hak Memperoleh Barang dan Jasa yang Halal**

Hak memperoleh yang halal adalah bukan pekerjaan yang mudah untuk ukuran zaman yang teknologinya semakin hari semakin berkembang. Dalam soal makanan misalnya ketentuan syari'at tidak hanya melihat dari bahan apa produk itu dibuat, akan tetapi bagaimana proses produksi itu dikerjakan. Namun kenyataan dilapangan penulisan bahan-bahan suatu produk yang telah dipasarkan, banyak yang tidak jelas (tidak transparan), kalau ditulis dari bahan gelatin, juga tidak disebut dengan jelas gelatinnya dari hewan apa? . sementara posisi konsumen di Indonesia sendiri sangat lemah, mereka belum punya nilai bergaining, belum punya kekuatan menawar, berbeda dengan di Jepang, konsumen di sana gampang membuat bangkrut perusahaan, sekali saja perusahaan disinyalir merusak lingkungan misalnya, mereka tidak boleh membeli produk tersebut.

Kepedulian masyarakat terutama terhadap produk halal, harus diakui sangatlah kurang, baik dari produsen maupun konsumen. Persoalan ini disebabkan pemahaman agama masyarakat secara keseluruhan masih relatif kurang, disamping undang-undang perlindungan konsumen sendiri tidak secara jelas mencantumkan atas kewajiban penggunaan label halal bagi makanan dan minuman untuk melindungi mayoritas muslim di Indonesia, para pengusaha Indonesia sendiri justru terkesan bersikap masa bodoh atas adanya ketentuan kehalalan suatu produk. Umumnya pengusaha itu rapuh releginya, yang penting bagi mereka adalah keuntungan, mereka hanya berfikir jika misalnya pasar menghendaki dan membawa keuntungan tentu mereka tidak keberatan, karena itu tergantung masyarakat sendiri khususnya muslim dalam mensikapi permasalahan ini, bukankah surat Al-Baqarah ayat; 168 yang berbunyi, "Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang ada di bumi.....". maka ayat tersebut menunjukkan perintah yang harus dijalani, dalam kaidah ushul fiqh disebutkan;

الامر بالاشئى نهى عن ضده

“Memerintah sesuatu berarti melarang kebalikannya”

### **3.3 Hak Memperoleh Keamanan dan Keselamatan**

Pada dasarnya apapun yang dilarang oleh agama adalah untuk keselamatan dan keamanan manusia itu sendiri, misalnya terhadap minuman yang memabukkan atau obat-obatan yang mengandung narkotika, sepiantas terasa menyenangkan bagi pemakai, namun dibalik semua itu justru dapat merusak jiwa dan spiritual mereka, demikian juga terhadap sesuatu makanan yang diharamkan tidak semua baik untuk manusia. Barang atau makanan yang bahan dan prosesnya telah diharamkan, namun jika telah rusak dan membahayakan, maka oleh Islam dilarang penggunaannya, oleh sebab itu surat Al-Baqarah; 168 disebutkan, "Hai manusia makanlah yang halal lagi baik yang ada di bumi...".

Begitu pula pada surat Al-A'raf ayat; 56

"Janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi setelah diatur dengan baik. Berdo'alah kepada-Nya dengan rasa takut dan penuh harap. Sesungguhnya rahmat Allah sangat dekat dengan orang-orang yang berbuat baik".(QS Al-A'raf;56)

### **3.4 Hak Meperoleh Informasi yang Benar**

Sebagai konsumen, tidak banyak yang tahu hak-haknya sebagai konsumen, termasuk hak memperoleh informasi yang benar. Faktor yang mempengaruhi keadaan seperti ini adalah disebabkan baik dari segi pemahaman agama, pendidikan dan ekonomi masyarakat yang relatif masih rendah, seperti yang diungkap oleh Hans W. Micklitz, ahli hukum konsumen dari Jerman, ia membedakan dua tipe konsumen, yaitu konsumen terinformasi (well informed) dan konsumen yang tidak terinformasi, ciri tipe pertama antara lain, (1) memiliki tingkat pendidikan tertentu, (2) mempunyai sumber ekonomi yang cukup, sehingga dapat berperan dalam ekonomi pasar, dan (3) Lancar berkomunikasi. Dengan memiliki tiga potensi tersebut, konsumen jenis ini mampu bertanggung jawab dan relatif tidak memerlukan perlindungan. Tipe kedua, memiliki ciri-ciri antara lain, (1) kurang berpendidikan, (2) termasuk katagore menengah. Konsumen jenis ini perlu dilindungi dan khususnya menjadi tanggung jawab pemerintah untuk memberikan perlindungan.

Menurut Islam dalam perlindungan konsumen, merupakan tanggung jawab semua pihak untuk menghindari hal-hal yang sebenarnya dilarang oleh agama, dan menekankan kepada produsen untuk bersikap jujur baik dalam memproduksi maupun dalam pemasarannya, sebab pada dasarnya yang lebih banyak tahu tentang produknya adalah produsen, oleh sebab itu Nabi s.a.w bersabda, yang diriwayatkan oleh Muslim, "Telah melarang Nabi s.a.w. akan memperjual belikan dengan tipu daya".

### **3.5 Hak Untuk Memilih**

Konsumen berhak untuk menentukan pilihannya, sehingga konsumen tidak dalam tekanan dari pihak manapun. Dalam Islam hal itu dinamakan khiyar, sedangkan khiyar diartikan dengan: "Boleh memilih antara dua, meneruskan aqad jual beli, atau diurungkan, (ditarik kembali tidak jadi jual beli).

Memilih produk yang bagus dan aman, dibutuhkan kedewasaan berfikir, sikap kritis dari konsumen, dan hal ini juga berkaitan erat dengan situasi pasar, jika monopoli diberikan oleh pihak tertentu, maka tidak akan dapat dengan bebas untuk memilih produk mana yang akan dibeli, dan dalam memasuki era pasar bebas, persaingan semakin tampak dan sangat ketat, jika persaingan tersebut dijalani dengan baik, tentu akan sangat menguntungkan bagi konsumen, karena persaingan itu diiringi dengan meningkatnya kualitas produk dan harga yang terjangkau. Namun tidak jarang terjadi persaingan itu disikapi dengan cara-cara yang kurang profesional, misalnya ada perusahaan besar dan kecil keduanya sama-sama memproduksi barang atau jasa yang sama, perusahaan besar bermaksud menjatuhkan harga produknya, usaha itu berhasil dan perusahaan kecil yang menjadi saingannya itu akhirnya jatuh (pailit), maka perusahaan itu kemudian menjadi perusahaan satu-satunya yang memproduksi barang atau jasa tersebut, karena merasa tidak ada saingannya, maka kualitas menjadi berkurang dan harga menjadi sangat tinggi.

Tindakan spekulatif yang menggunakan praktek penimbunan, pada dasarnya tidak dibenarkan dalam Islam, karena akan mengakibatkan harga tidak stabil, dan bukan hanya itu, memotong jalur distribusi juga tidak dibenarkan dalam Islam, dalam suatu hadist yang artinya berbunyi, "Janganlah kamu menghambat orang-orang yang akan pergi ke Pasar di jalan, sebelum

mereka sampai di pasar (sepakat ahli hadist)". Karena demikian itu merugikan orang yang datang dan mengecewakan pula terhadap gerakan pasar. Hadist riwayat Muslim menyebutkan; "Tidak ada orang yang menahan akan barang kecuali orang durhaka (salah)".

### **3.6 Hak Untuk Menolak Proses Riba**

Riba berasal dari bahasa Arab artinya tambahan (ziyadah, Arab/addition, Inggris), yang berarti tambahan pembayaran atas uang pokok pinjaman. Aljurjani merumuskan definisi riba sebagai berikut: kelebihan/tambahan pembayaran tanpa ada ganti/imbalan, yang disyaratkan bagi salah seorang dari dua orang yang membuat akad (transaksi).

Menurut pendapat Syah Waliyullah dari Delhi, unsur riba terdapat pada hutang yang diberikan dengan syarat di peminjam bersedia membayar lebih banyak dari apa yang telah diterima. Adapun terkait dengan riba, telah diatur dalam surat Ali Imron ayat 130 menyebutkan; "Hai orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba yang berlipat ganda dan bertaqwalah kamu kepada Allah supaya kamu beruntung". Jika difahami dengan menggunakan mafhum mukholafah dalam kontek ayat tersebut, maka berarti konsekwensinya secara terbalik, jika lipatan ganda dilarang, maka kecil boleh; jika mendekati zina dalam surat (al-Israa ayat;32) dilarang, maka zina diperbolehkan; jika makan daging babi tidak boleh maka lemak dan tulangnya boleh. Cara pemahaman ayat-ayat seperti demikian menurut hemat penulis sangatlah keliru dan membahayakan. Dalam hal ini penulis sependapat dengan syafii Antoni bahwa riba dalam segala bentuk dan jenisnya mutlak diharamkan.

### **3.7 Hak Mendapat Ganti Rugi**

Jika konsumen merasakan dalam penggunaan produk barang dan jasa, akan tetapi kualitasnya tidak sesuai dengan nilai tukar yang telah disepakati oleh kedua belah pihak (penjual dan pembeli), ia berhak mendapat ganti rugi atau ganti barang baru sesuai dengan barang yang dibeli dan pantas. Hadist yang diriwayatkan oleh Aisyah, "Bahwanya seorang laki-laki telah membeli seorang budak, budak itu tinggal beberapa lama dengan dia, kemudian kedapatan bahwa budak itu ada cacatnya, terus dia angkat perkara dihadapan Rasulullah s.a.w. putusan beliau, budak itu kembalikan kepada penjualnya". (HR. Ahmad, Abu Daud dan Tirmidzi).

Hadit tersebut memberi gambaran bahwa Islam melindungi konsumen dengan memberikan hak sepenuhnya kepada konsumen untuk mendapat ganti, jika apa yang telah dibeli tidak sesuai dengan yang ditawarkan kepada konsumen.

### **3.8 Hak Untuk Mendapatkan Pelayanan yang Baik**

Bahan yang dipergunakan dalam penulisan ini adalah bahan-bahan yang dalam penelitian hukum normatif terdiri atas bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, dan sebagai bahan hukum primer dalam penelitian ini adalah:

Islam memerintahkan untuk bersikap yang baik terhadap siapapun, sehingga senyum merupakan ibadah. Pelayanan yang santun, baik secara bahasa ataupun sikap, memang merupakan salah satu bentuk pelayanan yang sesuai dengan syari'ah. Karena karakter santun adalah cermin akhlaq Islam, seperti dalam firman yang terdapat dalam surat Al-Imron:159 yang artinya, "Andai kamu keras, keji mulut dan keras hati, pasti mereka akan lari". Dan dalam suatu hadist riwayat Attirmidzi disebutkan, "Rasulullah s.a.w. ditanya tentang kelakuan apakah yang bisa memasukkan orang ke dalam surga? Jawab beliau: Taqwa kepada Allah dan baik budi, dan ketika ditanya: Apakah yang sering memasukkan orang ke dalam neraka? Jawab beliau: Mulut dan kemaluannya".

Konsumen bagi pelaku usaha dapat diibaratkan sebagai tamu yang justru membawa keuntungan baginya, oleh karena itu jika dalam bisnis menggunakan cara yang mengesampingkan atau meremehkan konsumen, maka itu bukan cara Islami, sebagaimana telah disebut dalam hadist yang diriwayatkan oleh Bukhori dan Muslim, "Siapa yang percaya kepada Allah dan hari kemudian, hendaknya menghormati tamunya, dan siapa yang percaya kepada Allah dan hari kemudian hendaknya menghubungi famili, dan siapa yang percaya kepada Allah dan hari kemudian, harus berkata baik atau diam". Riwayat yang lain menyebutkan, "Janganlah meremehkan (memperkecil) perbuatan kebaikan sesuatupun, walau sekedar menyambut kawan dengan muka yang manis".

### **A. Perlindungan Konsumen di Indonesia**

Dalam masalah perlindungan konsumen memuat prinsip-prinsip yang mendasari pengaturan mengenai perlindungan konsumen adalah prinsip keadilan dalam berinteraksi antara pelaku usaha dengan konsumen. Prinsip tersebut harus diimplementasikan dalam beberapa prasarat yang tidak dapat ditawar-tawar lagi bagi perlindungan konsumen agar dapat berlaku efektif. Prinsip-prinsip tersebut adalah strict liability, peradilan cepat dan biaya murah dan beban pembuktian terbalik.

### **B. Perbandingan Perlindungan Konsumen Dalam Islam dan Perlindungan Konsumen di Indonesia**

Pada dasarnya perbedaan antara perlindungan konsumen dalam Islam dan perlindungan konsumen yang di Indonesia tidak jauh berbeda, antara hak dan kewajiban produsen dan konsumen.

Dengan mengkaji pasal demi pasal dalam undang-undang Perlindungan Konsumen (UUPK), tampak bahwa ketentuan dalam undang-undang tersebut sesuai dengan nilai-nilai norma bisnis Islam, walaupun redaksinya berbeda, akan tetapi substansinya dan tujuannya adalah sama, hal ini dapat terlihat dari aturan mengenai beretika dan norma dalam melaksanakan usahanya (pasal 7 huruf a), jujur (pasal 7 huruf b), jujur dalam takaran dan timbangan (pasal 8 ayat (1) huruf a,b,c,d,e) menjual barang baik mutunya (pasal 8 ayat (2,3,4)) larangan menyembunyikan barang yang cacat (pasal 8), tidak main sumpah (memberi informasi, iklan yang tidak benar), jangan menyaingi kawan dengan cara mengelabui konsumen.

Dalam hak konsumen juga terdapat kesamaan meskipun juga ada perbedaan antara hak konsumen menurut Islam dan menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, terdapat pada pasal 4, yang mengandung kesamaan, yaitu: pada huruf (a), hak atas keamanan dan keelegantan, (b) hak untuk memilih barang dan/atau jasa, (h) hak untuk mendapatkan kompensasi, dan disamping ada beberapa kesamaan, juga terdapat perbedaan yang sangat mendasar bagi umat Islam, yaitu hak memperoleh produk barang dan/atau jasa yang halal dan hak penghapusan riba.

Untuk menjadikan kedua hal tersebut dalam suatu perundang-undang, diperlukan dukungan serta kepedulian pemerintah dan masyarakat dalam upaya penerapan nilai-nilai tersebut, yaitu dengan membuat aturan-aturan yang tegas. Namun demikian undang-undang itu tidak akan bermakna mana kala tidak diikuti monitoring, seperti aturan pelarangan minuman keras, aturan tersebut jelas adanya, akan tetapi seakan-akan tidak berjalan, penulis dapat mengatakan demikian sebab kenyataan yang ada dilapangan produk minuman keras yang jelas-jelas dilarang itu tidaklah sulit untuk mendapatkannya. Oleh karena itu perlu adanya sosialisasi dari semua pihak, masyarakat dan para penegak hukum untuk lebih bersikap proaktif terhadap peraturan yang ada. Dan untuk memenuhi kebutuhan umat Islam, Majelis Ulama Indonesia (MUI) telah mendirikan Lembaga Penerangan Pangan Obat dan Makanan (LPPOM), yang didirikan sejak tahun 1989, sebagai akibat adanya isu lemak babi yang telah membuat gelisah baik produsen maupun konsumen, namun meski labelisasi yang dikeluarkan LPPOM belum mempunyai kekuatan yuridis formal, akan tetapi hendaknya disambut baik oleh para pelaku usaha dan masyarakat khususnya umat Islam.

Pada dasarnya kedua belah pihak baik konsumen maupun produsen saling membutuhkan, seperti apa yang dikatakan oleh Purba, "kunci pokok perlindungan adalah konsumen dan pengusaha (produsen) saling membutuhkan, produk tidak ada artinya kalau tidak ada mengkonsumsinya dan produk yang dikonsumsi secara aman dan memuaskan, pada gilirannya akan merupakan promosi gratis bagi pengusaha. Dalam Islam baik konsumen dan produsen bukanlah raja, perilaku keduanya harus dituntun oleh kesejahteraan umum, individu dan sosial sebagaimana dipahami dalam ketentuan Islam.

Pelanggaran terhadap norma agama, sebelum diterima sebagai hukum, norma-norma tersebut, sanksi atas pelanggaran lebih bersifat heteronom atau datang dari diri dan hatinya sendiri dalam bentuk penyesalan, rasa malu, rasa berdosa, dan sebagainya. Pada masa Rasulullah semua perkara langsung diselesaikan oleh beliau, termasuk masalah penegakan atas pelanggaran terhadap konsumen. Islam menegaskan untuk memberikan kompensasi terhadap konsumen yang menggunakan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan yang telah disepakati. Saat ini setelah adanya LPPOM dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) tidak dapat berbuat banyak atas pelanggaran produk barang dan/atau jasa, terutama terhadap makanan, obat dan minuman yang mengandung unsur yang diharamkan. Selama ini yang diperbuat baru sekedar memberikan peringatan kepada produsen

tidak mengindahkan kehalalan produk barang dan/atau jasa, jika tetap tidak diindahkan, maka Tindakan yang dilakukan adalah mengancam produsen tersebut untuk mempublikasikan kepada masyarakat, Tindakan itu untuk sementara dianggap efektif.

#### **4. KESIMPULAN**

Perlindungan konsumen dalam perspektif norma bisnis Islam diwujudkan dalam bentuk hak-haknya sebagai konsumen, Adapun hak-hak tersebut meliputi:

1. Hak memperoleh produk barang dan jasa yang halal
2. Hak atas keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan jasa
3. Hak untuk memperoleh informasi
4. Hak untuk memilih barang
5. Hak untuk menolak menggunakan system riba
6. Hak untuk mendapatkan ganti rugi
7. Hak untuk mendapatkan pelayanan yang baik.

Hak-hak konsumen yang diberikan Islam pada dasarnya terdapat berbagai kesamaan dan perbedaan dengan hak-hak yang ada dalam undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sebagai payung hukum bagi konsumen di Indonesia. Dan perbedaan itu terletak hal-hal yang sangat prinsipil yaitu tentang riba dan kehalalan suatu produk barang dan jasa.

#### **REFERENCES**

- Azalurrahman, (1997), "*Muhammad sebagai Seorang Pedagang*", Yayasan Swama Bhumi Jakarta
- Endang Sri Wahyuni, (20023), "*Aspek Hukum Sertifikasi dan Ketenagakerjaan dengan Perlindungan Konsumen*", Citra Aditya Bakti Bandung
- <https://nasional>, (2022) [tempo.co/read/1671308/berapa-jumlah-penduduk-indonesia](https://tempo.co/read/1671308/berapa-jumlah-penduduk-indonesia)
- Masfuk Zuhdi, (1994), "*Masail Fiqiyah*", Masagung Jakarta.
- Mustaq Ahmad, (2001) "*Bisnes Ethics ins Islam*, Pakistan : Then Internasional Institue of Islam Thoughtr.
- Republika, edisi 5 Januari (2004), "*Tidak Harus Berlipat Ganda*". Bicara Bisnis Cara Rasulullah
- Salim Bahreisj, (1986) "*Riadhush Sholihin (terjemah)*", Al-Ma'arif Bandung 1986.
- Shidarta, (2000), "*Hukum Perlindungan Konsumen*". Grasindo Jakarta
- Sulaiman Rosdjid, (1976), "*Fiqh Islam*", Attahitayah Jakarta 1976
- Yusuf Shofie, (2002), "*Pelaku Usaha, Konsumen, dan Tindak Pidana Korporasi*", Ghalia Indonesia Jakarta.