

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Jual-Beli

1. Jual-Beli Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen

a. Pengertian Jual-Beli

Hukum perlindungan konsumen tidak menyebutkan secara tersurat definisi mengenai jual-beli, hukum perlindungan hanya menjelaskan siapa saja subyek yang terlibat dalam jual-beli dan juga obyek apa yang ada dalam jual-beli.¹

Pada dasarnya terjadinya kontrak jual-beli antara pihak penjual dan pembeli adalah pada saat terjadinya persesuaian kehendak dan pernyataan antara keduanya dan juga dengan barang dan harga yang menjadi obyek jual-beli tersebut, meskipun barang tersebut belum ada di depan mata dan belum diserahkan. Setiap orang berhak menentukan kontrak yang mereka buat tanpa terikat oleh suatu apapun karena dalam jual beli hukum kontrak ada beberapa asas yang wajib dilaksanakan yaitu: membuat atau tidak membuat perjanjian mengadakan perjanjian dengan siapapun, menentukan isi perjanjian, pelaksanaan dan persyaratan, dan menentukan bentuknya perjanjian secara tertulis atau lisan.²

¹Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen...*, hal. 13

²*Ibid.*, hal. 14

Kerelaan atau keikhlasan seseorang menjadi dasar suatu kontrak dapat terjadi dan yang dimaksud dengan keikhlasan adalah berarti tidak boleh ada suatu sebab-sebab tertentu dalam menjalani suatu hak.³

b. Subyek Jual-Beli

1) Konsumen

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Di dalam kepustaaan ekonomi dikenal istilah konsumen akhir dan konsumen antara yaitu: konsumen akhir adalah pengguna atau pemanfaat akhir dari suatu produk, sedangkan konsumen antara adalah konsumen yang menggunakan suatu produk sebagai bagian dari proses produksi suatu produk lainnya.⁴ Undang-undang Perlindungan Konsumen (UUPK) mendefinisikan konsumen sebagai “setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”.⁵ Definisi ini sesuai dengan pengertian bahwa konsumen adalah *end user* atau

³*Ibid.*, hal. 10

⁴Rahayu Hartini, *Hukum Komersial*, (Malang: Universitas Muhammadiyah, 2006), hal. 210

⁵Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999..., hal. 1

pengguna terakhir konsumen disini merupakan pembeli barang dan jasa.⁶

2) Pelaku Usaha

Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik diri sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam bidang ekonomi di antaranya: perusahaan, BUMN, koperasi, importer, pedagang dan lain-lain.⁷

c. Obyek Jual-Beli

Pada hukum perlindungan konsumen yang termasuk obyek jual-beli sebagai berikut:

- 1) Barang adalah setiap benda baik berwujud atau tidak berwujud baik bergerak atau tidak bergerak dapat dihabiskan maupun tidak dihabiskan yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan atau dimanfaatkan oleh konsumen;
- 2) Jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan konsumen baik pengertian barang dan jasa ini tidak dibatasi oleh undang-undang misalnya jasa dalam bidang kesehatan atau medis,

⁶Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hal. 8

⁷Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen...*, hal. 41

pendidikan baik secara umum maupun agama, konsultasi, dan lain-lain.⁸

2. Jual-Beli Dalam Etika Bisnis Islam

a. Pengertian Jual-Beli

Jual-beli secara etimologis artinya mengganti dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Sedangkan secara terminologis, Ulama Hanafiyah mendefinisikan dengan “saling menukar harta dengan harta melalui cara tertentu”, atau “tukar menukar sesuatu yang diinginkan dengan yang sepadan melalui cara tertentu yang bermanfaat”. Jual-beli merupakan salah satu bentuk bisnis (perdagangan/*tijarah*) yang bertujuan untuk mencari keuntungan.⁹

Sayyid Sabiq, mendefinisikan jual-beli “saling menukar harta dengan harta atas dasar suka sama suka”. Pendapat lain juga menyatakan Jual-beli adalah saling tukar harta, saling menerima, dapat dikelola (*tasharruf*) dengan ijab dan qabul, dengan cara yang sesuai dengan syara’.¹⁰

Kata “tukar-menukar” atau peralihan “pemilikan” dengan “penggantian” mengandung maksud yang sama bahwa kegiatan pengalihan hak dan pemilikan itu berlangsung secara timbal balik atas dasar kehendak dan keinginan bersama.¹¹

⁸Halim Barkatullah, *Hukum Perlindungan Konsumen...*, hal. 12

⁹Muhammad Djakfar, *Hukum Bisnis Membangun Wacana Intergrasi Perundangan Nasional Dengan Syariah*, (Malang: UI Malang Press, 2009), hal. 170

¹⁰Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah*. (Jakarta: Pena Pundi Aksara, 2006), hal. 121

¹¹Amir Syarifuddin, *Garis-Garis Besar Fiqih...*, hal. 192

Menurut istilah (terminologi) ada beberapa definisi tentang jual-beli, diantaranya yaitu :¹²

مُبَادَلَةٌ مَالٍ بِمَالٍ عَلَى وَجْهِ

مَخْصُوصٍ

Artinya : “*Pertukaran harta (benda) dengan harta berdasarkan cara khusus (yang dibolehkan).*”

مُبَادَلَةٌ الْمَالِ بِالْمَالِ تَمْلِيكًا وَ

تَمْلِيكًا

Artinya : “*Pertukaran harta dengan harta, untuk saling menjadikan milik*”.

b. Rukun dan Syarat Jual-Beli

1) Rukun Jual-Beli

Rukun yang pokok dalam akad (perjanjian) jual-beli itu adalah ijab-qabul yaitu ucapan penyerahan hak milik di satu pihak dan ucapan penerimaan di pihak lain. Adanya ijab-qabul dalam transaksi ini merupakan indikasi adanya rasa suka sama suka dari pihak-pihak yang mengadakan transaksi. Pada ijab dan qabul tidak ada kemestian menggunakan kata-kata khusus, karena ketentuan hukumnya ada pada akad dengan tujuan dan makna, bukan dengan kata-kata dan bentuk kata itu sendiri.

¹²Rahmat Syafei, *Fiqih Muamalah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2010), hal. 73

Hal yang diperlukan adalah saling rela, direalisasikan dalam bentuk mengambil dan memberi atau cara lain yang dapat menunjukkan keridaaan dan berdasarkan makna seiring dengan hal tersebut.

Abdurrahman Al-Jaziriy telah mengemukakan bahwa rukun jual-beli pada dasarnya terdiri atas tiga, yakni:

- a) *Sighat* (perkataan/ijab qabul);
- b) *Aqid* (orang yang melakukan akad);
- c) *Ma'qud* (objek akad).¹³

2) Syarat-syarat Jual-Beli

Suatu jual-beli menjadi sah, diperlukan terpenuhinya syarat-syarat yakni:

- a) Berkaitan dengan orang yang berakad

Orang yang melakukan akad disyaratkan: berakal dan dapat membedakan (memilih). Akad orang gila, orang mabuk, anak kecil yang tidak dapat membedakan tidak sah;

- b) Berkaitan dengan barang yang diakadkan

Syarat-syarat jual-beli yang berkaitan dengan barang yang diakadkan, yakni: bersihnya barang, dapat dimanfaatkan, milik orang yang melakukan akad, mampu menyerahkannya, barang yang diakadkan ada di tangan. Pemilikan dan mempermilikkan.

¹³ Mardani, *Hukum Sistem Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers 2015), hal. 167

c) Berkaitan dengan perkataan ijab qabul

Perkataan ijab qabul harus jelas, terang, dan dapat di pahami serta di mengerti oleh penjual dan pembeli.¹⁴

c. Jual-Beli yang Dilarang

1) Jual-Beli Ketika Panggilan Adzan

Jual-beli tidak sah dilakukan bila telah masuk kewajiban untuk melakukan shalat Jum'at.¹⁵ Yaitu setelah terdengar panggilan adzan yang kedua, berdasarkan Firman Allah Ta'ala:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا نُودِيَ لِلصَّلَاةِ مِنْ يَوْمِ الْجُمُعَةِ فَاسْعَوْا إِلَىٰ ذِكْرِ اللَّهِ وَذَرُوا الْبَيْعَ
ذَٰلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya : *"Hai orang-orang yang beriman, apabila diseru untuk menunaikan shalat pada hari Jum'at, maka bersegeralah kamu kepada mengingat Allah dan tinggalkanlah jual beli. Yang demikian itu lebih baik bagimu jika kamu mengetahui."* (QS. Al-Jumu'ah : 9).¹⁶

2) Jual-Beli Untuk Kejahatan

Allah melarang kita menjual sesuatu yang dapat membantu terwujudnya kemaksiatan dan dipergunakan kepada yang diharamkan Allah. Karena itu, tidak boleh menjual sirup yang

¹⁴ Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah*, Jilid III, (Jakarta: Pena Pundi Aksara, 2006), hal. 127

¹⁵ *Ibid.*, hal. 128

¹⁶ Departemen Agama Republik Indonesia, *AL-Qur'an dan Terjemahannya*, Surah Al-Jumuah Jus 28 Ayat 9, (Surabaya: Jaya Sakti, 1997), hal. 933

dijadikan untuk membuat *khamer* karena hal tersebut akan membantu terwujudnya permusuhan.¹⁷

3) Jual-Beli *Gharar*

Definisi *gharar* adalah sesuatu yang tidak diketahui bahaya dikemudian hari, dari barang yang tidak diketahui hakikatnya. Jual-beli *gharar* adalah jual-beli yang mengandung unsur-unsur penipuan dan penghianatan, baik dari ketidak jelasan dalam objek jual-beli atau ketidakpastian dalam pelaksanaannya. Dasar tidak diperbolehkannya jual-beli *gharar* yaitu hadis Nabi dari Abu Hurairah menurut riwayat Muslim:

نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيْعِ الْحَصَاةِ وَ عَنْ بَيْعِ الْغَرَرِ

Artinya : ”Rasulullah Saw melarang jual beli hashah (jual-beli dengan melempar kerikil) dan jual beli *gharar*” (HR. Muslim).

4) Perdagangan yang menipu

Islam sangat melarang segala bentuk penipuan, untuk itu Islam sangat menuntut suatu perdagangan yang dilakukan secara jujur dan amanah. Seperti Hadis Riwayat Muslim bahwasannya Rasulullah pernah bersabda:

مَنْ غَشَّنَا فَلَيْسَ مِنَّا

¹⁷Mardani, *Hukum Sistem...*, hal. 109

Artinya: “*Barang siapa yang melakukan penipuan maka dia bukanlah dari golongan kami*”. (HR. Muslim).

Termasuk dalam kategori menipu dalam perdagangan adalah *Ghisyah*, yaitu menyembunyikan cacat barang yang dijual, dapat pula dikategorikan sebagai *ghisyah* adalah mencampurkan barang-barang jelek ke dalam barang-barang yang berkualitas baik, sehingga pembeli akan mengalami kesulitan untuk mengetahui secara tepat kualitas dari suatu barang yang diperdagangkan. Dengan demikian, penjual akan mendapatkan harga yang tinggi untuk kualitas barang yang jelek.¹⁸

B. Etika Bisnis Islam

1. Definisi Etika Bisnis Islam

Istilah etika, secara teoritis dapat dibedakan kedalam dua pengertian. Pertama, etika berasal dari Bahasa Yunani *ethos* yang artinya kebiasaan (*custom*) atau karakter (*character*). Dalam pengertian ini, etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri sendiri maupun pada suatu masyarakat atau kelompok masyarakat yang diwariskan dari satu orang ke orang lain atau dari satu generasi ke generasi lain. Kedua, secara terminologis etika merupakan studi sistematis tentang tabiat konsep nilai, baik, buruk, harus, salah dan lain sebagainya dan

¹⁸Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2009), hal. 59-60

prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita untuk mengaplikasikan atas apa saja.¹⁹

Sebagaimana yang dikutip oleh Faisal Badroen dkk bahwasannya Fakhri Majid dalam bukunya *Ethical Theories in Islam* mengatakan, istilah *etika* dalam al-Quran direpresentasikan dengan kata *khuluq* yang biasa diartikan dengan akhlak. Sebagaimana yang dikutip oleh Faisal Badroen dkk bahwasannya Muhammad dalam bukunya *Etika Bisnis Islam* mendefinisikan bisnis Islami adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram. Sebagaimana yang dikutip oleh Faisal Badroen dkk bahwasannya Yusuf Qaradhawi dalam bukunya *Distorsi Sejarah Islam* menyatakan di dalam sejarah Islam, kita menemukan praktek-praktek bisnis yang menggabungkan etika dan ekonomi, terutama ketika Islam benar-benar dijadikan pedoman utama dalam kehidupan sehari-hari. Bisnis adalah kegiatan ekonomis, yakni tukar-menukar, jual-beli, memproduksi-memasarkan, bekerja memperkerjakan, dan interaksi manusiawi lainnya, dengan maksud memperoleh untung.²⁰

Bisnis dalam al-Quran dijelaskan dalam kata *tijarah*, yang mencakup dua makna, yaitu perniagaan antara manusia dengan Allah. Ketika seorang memilih petunjuk dari Allah, mencintai Allah dan Rasul-

¹⁹Faisal Badroen dkk, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2007), hal. 4

²⁰*Ibid.*, hal. 5

Nya, berjuang di jalan-Nya dengan harta dan jiwa, membaca kitab Allah mendirikan shalat, menafkahkan sebagian rezekinya, maka itu sebaik-baik perniagaan antara manusia dengan Allah dan perniagaan secara khusus berarti perdagangan ataupun jual beli antar manusia. Penggabungan etika dan bisnis dapat berarti memaksakan norma-norma agama bagi dunia bisnis, memasang kode etik profesi bisnis, merevisi sistem dan hukum ekonomi, meningkatkan ketrampilan memenuhi tuntutan-tuntutan pihak-pihak luar untuk mencari aman dan sebagainya. Bisnis yang beretika adalah bisnis yang memiliki komitmen ketulusan dalam menjaga kontrak sosial yang sudah berjalan. Kontrak sosial merupakan janji yang harus disepakati.²¹

2. Prinsip-Prinsip Dasar Etika Bisnis Islam

Prinsip-Prinsip etika bisnis menurut al- Qur'an sebagai berikut:²²

a. Kebenaran

Kebenaran merupakan nilai dasar etika Islam. Islam, sebagai jalan, merupakan nama lain kebenaran Allah yang memfirmankan kebenaran, perintah bagi seluruh Muslim untuk berada di jalan yang lurus dan benar dalam tindakan serta dalam ucapan mereka, Islam sangat mencela penipuan dan kepalsuan dalam berbagai bentuknya. Nilai perilaku bisnis. Seorang pelaku bisnis hendaknya jujur, teguh, benar dan lurus dalam semua perjanjian bisnisnya. Tidak ada ruang

²¹*Ibid.*, hal. 9

²²Suharsono, *Bisnis Islam*, Cet. I, (Yogyakarta: AK Group, 2005), hal. 36

untuk, bicara bohong, bersumpah terlalu banyak. Kebenaran dan kejujuran merupakan kewajiban iman kepada Allah, menjadi seorang Muslim sejati.

b. Amanah

Amanah merupakan prinsip etika fundamental Islam yang lain. Esensi amanah adalah rasa bertanggung jawab: rasa memiliki untuk menghadap Allah dan bertanggung jawab atas tindakan seseorang. Menurut Islam, kehidupan manusia dan semua potensinya merupakan suatu amanah yang diberikan oleh Allah kepada manusia. Islam mengarahkan kepada pemeluknya untuk menyadari amanah ini dalam setiap langkah kehidupan. Persoalan bisnis juga merupakan amanah antara masyarakat dengan individu dan Allah. Semua sumber bisnis, hendaknya diperlakukan sebagai amanah ilahiah oleh pelaku bisnis. Sehingga ia akan menggunakan sumber daya bisnisnya dengan sangat efisien. Aktivitas bisnisnya hendaknya tidak membahayakan atau menghancurkan masyarakat dan lingkungan.

c. Keikhlasan

Islam menetapkan betapa pentingnya keikhlasan niat dan perilaku dalam setiap langkah kehidupan. Pelaksanaan kewajiban, menuju kesempurnaan, mensyaratkan bahwa individu melaksanakan dengan ikhlas dan patuh. Kode etik tersebut mengakibatkan kerja lebih efisien juga tingkat produktivitas lebih tinggi. Keikhlasan juga mengurangi *manipulasi* atau *eksploitasi* orang lain untuk alasan-alasan

personal. Jelas bahwa seorang pelaku bisnis yang tulus tidak diharapkan menipu atau membahayakan orang lain dengan sengaja.²³

d. Persaudaraan

Islam menyatakan bahwa semua manusia saling bersaudara. Perbedaan ras, warna kulit, suku, kasta, dan Bahasa bukan merupakan kriteria absah untuk menilai *superioritas* individu atau kelompok. Semua manusia secara etika dihargai karena perilaku baik tanpa memandang perbedaan kasta, kredo, ras, atau wilayah. Ini memiliki implikasi positif bagi pembentukan sikap pelaku bisnis kepada para pekerja, konsumen dan masyarakat umum.

e. Ilmu Pengetahuan

Islam mewajibkan Muslim untuk mencari ilmu pengetahuan dan mencapai keunggulan dalam sikap. *Riset* dan pengembangan sangat dianjurkan dalam Islam. dalam kode etik Islam, permasalahan seperti ilmu pengetahuan sangat berhasil bagi peradaban Islam di masa lalu. Hal tersebut mendorong *dinamisme*, mendorong perkembangan inisiatif dan memerintahkan orang beriman untuk terus bekerja keras demi kemajuan dan prestasi, baik secara *material* maupun *spiritual*. Dorongan seperti itu memiliki arti yang sama bagi aktivitas ekonomi, mencari karunia Allah yang menyebar luas, terutama yang direkomendasikan dalam al-Qur'an.

f. Keadilan

²³*Ibid.*, hal. 37

Tidak diragukan lagi bahwa keadilan merupakan parasyarat bisnis dan perdagangan sebagaimana keadilan melingkupi seluruh wilayah kehidupan manusia. Seluruh alam semesta didasarkan pada konsep keadilan dan keseimbangan. Keadilan berarti bahwa semua orang hendanya diperlakukan secara patut, tanpa ada tekanan dan diskriminasi yang tidak patut. Keadilan mencakup perlakuan adil, kesamaan dan satu rasa memiliki, serta keseimbangan. Keadilan diwajibkan berlaku dalam harga, kualitas produk, memperlakukan pekerja, memperhatikan lingkungan, dan akibat sosial dari keputusan-keputusan bisnis.²⁴

g. Jujur dalam takaran

Jujur dalam takaran ini sangat penting untuk diperhatikan karena Tuhan sendiri secara gamblang mengatakan “*Celakalah bagi orang yang curang*”.²⁵

h. Menjual barang yang baik mutunya

Salah satu cacat etis dalam perdagangan adalah tidak transparan dalam hal mutu, yang berarti mengabaikan tanggungjawab moral bisnis. Lebih jauh mengejar keuntungan dengan menyembunyikan mutu, identik dengan bersikap tidak adil. Secara tidak langsung telah mengadakan penindasan terhadap pembeli, ini merupakan efek negatif bagi keadilan.

²⁴*Ibid.*, hal. 38-39

²⁵Ahmad Luqman, *Etika Bisnis Dalam Al-Qur'an*, (Bantul: Pustaka Pesantren, 2006),

i. Longgar dan bermurah hati

Dalam transaksi terjadi kontrak penjual dan pembeli. Dalam hal ini seorang penjual diharapkan bersikap ramah dan bermurah hati kepada pembeli, sikap tersebut dapat menyejukan hati pembeli, dan bahkan pada akhirnya pembeli akan menjadi pelanggan setia yang akan menguntungkan pengembangan bisnis dikemudian hari.

j. Menetapkan harga dengan transparan

Menetapkan harga dengan terbuka dan transparan dalam Islam sangat dihormati agar tidak terjerumus konsep riba. Dalam arti penjual harus bersikap toleran terhadap kepentingan pembeli terlepas apakah ia sebagai konsumen, ataupun bebas.²⁶

k. Tidak menaikkan harga sebelum melakukan obral

Pelaku usaha bisa saja mempermainkan harga dengan jalan menaikkannya (*mark up*) dari harga normal yang kadangkala tidak ketahui oleh calon pembeli, berapakah harga yang sebenarnya. Permainan harga semacam ini pada prinsipnya merupakan bagian dari permainan penjual yang memanfaatkan keawaman calon pembeli tentang harga barang yang akan dibeli. Justru karena itu Nabi SAW melarang mempermainkan harga.

Faktor yang mempengaruhi terjadinya harga yang tidak normal di masyarakat, diantaranya:

²⁶Veithzal Rivai dkk, *Islamic Business and Economic Ethics*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012), hal. 28

- 1) Permainan harga yang disebabkan oleh praktik monopoli dan persaingan tidak sehat (*al-Ikhtikar*);
- 2) Penyalahgunaan kelemahan konsumen seperti karena keluguannya, karena tidak terpelajar, atau karena keadaan konsumen yang sedang terdesak untuk memenuhi kebutuhannya-dharurah;
- 3) Karena penipuan dan informasi yang tidak akurat/*informative-ghurur*;

Pada hal-hal tersebut untuk mengantisipasi permainan harga yang tidak wajar dalam pasar, fikih Islam telah menawarkan beberapa solusi, antara lain larangan praktik ribawi, larangan monopoli dan persaingan tidak sehat, pemberlakuan *al-tas'ir* (*fixing price*), pemberlakuan *khiyar al-ghubn al-fahisy* (perbedaan nilai tukar menyolok), pemberlakuan *khiyar al-mustarsil* (karena tidak tahu harga sehingga ia membeli atas kepercayaan pada pedagang), larangan jual beli *an-najasy*. Larangan jual beli *talaqi rukban* dan jual beli *gharar*.²⁷

C. Perlindungan Konsumen Dalam UU No. 8 Tahun 1999

1. Hukum Perlindungan Konsumen

Di Indonesia yang menjadi sumber hukum perlindungan konsumen adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang selanjutnya disingkat UUPK. Undang-

²⁷Muhammad, *Visi Al-Quran Tentang Etika Dan Bisnis*, (Jakarta:Salemba Diniyah, 2002), hal. 163

undang ini diundangkan pada tanggal 20 April 1999 dan dinyatakan berlaku efektif pada tanggal 20 April 2000. UUPK bukanlah satu-satunya UU yang mengatur tentang perlindungan konsumen, tetapi sebagaimana disebutkan dalam penjelasan umumnya bahwa sebelum UUPK disahkan sebagai undang-undang perlindungan konsumen telah ada 20 UU yang materinya memuat perlindungan konsumen sehingga UUPK dijadikan sebagai payung hukum bagi peraturan perundang-undangan lain yang menyangkut konsumen, dan sekaligus mengintegrasikannya sehingga dapat memperkuat penegakan hukum di bidang perlindungan konsumen. UUPK bukan merupakan awal dan akhir dari hukum yang mengatur tentang perlindungan konsumen, tetapi terbuka kemungkinan terbentuknya undang-undang baru yang pada dasarnya memuat ketentuan-ketentuan yang melindungi konsumen.²⁸

a. Asas Perlindungan Konsumen Pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Di dalam UUPK asas perlindungan konsumen diatur pada Pasal 2 yang menyebutkan bahwa Perlindungan konsumen dapat dibagi menjadi 5 asas utama yakni :

- 1) Asas Manfaat: mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan;

²⁸Lihat penjelasan umum UUPK Kajian Hukum dan Keadilan IUS 529

- 2) Asas Keadilan: partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil;
- 3) Asas Keseimbangan: memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual;
- 4) Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen: memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan;
- 5) Asas Kepastian Hukum: baik pelaku usaha maupun konsumen mentaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.²⁹

Memperhatikan substansi Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen demikian pula penjelasannya, tampak bahwa perumusannya mengacu pada filosofi pembangunan nasional yaitu pembangunan manusia Indonesia seutuhnya yang berlandaskan pada falsafah Negara Kesatuan Republik Indonesia. Kelima asas yang disebutkan dalam pasal tersebut,

²⁹Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen...*, hal. 34

bila diperhatikan substansinya, dapat dibagi menjadi 3 (tiga) asas yaitu:

- a) Asas kemanfaatan yang di dalamnya meliputi asas keamanan dan keselamatan konsumen;
- b) Asas keadilan yang di dalamnya meliputi asas keseimbangan; dan
- c) Asas kepastian hukum.³⁰

2. Hak Konsumen dan Kewajiban Pelaku Usaha

Pada Undang-undang Nomer 8 Tahun 1999 Pasal 4 disebutkan bahwasannya ada Sembilan Hak konsumen yaitu:

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;

³⁰Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hal. 26

- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.³¹

3. Kewajiban Pelaku Usaha

Kewajiban pelaku usaha Pada Undang-undang Nomer 8 Tahun 1999 Pasal 7 disebutkan bahwasannya ada tujuh Hak konsumen yaitu:

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan

³¹Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999..., hal. 4

dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;

- f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.³²

4. Perbuatan yang Dilarang Bagi Pelaku Usaha

Perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha dijelaskan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen pada bab empat Pasal 8 sebagai berikut:

- a. Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
- b. Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
- c. Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;

³²*Ibid.*, hal. 6

- d. Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
- e. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.³³

D. Perlindungan Konsumen Dalam Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Umum

Sumber hukum dalam Islam yang telah disepakati oleh para fuqaha ada 4, yaitu berdasarkan al-Qur'an, Sunnah, Ijma', dan Qiyas. Sumber-sumber hukum ini dijadikan sebagai acuan dalam pengambilan hukum perlindungan konsumen dalam Islam. Al-Qur'an merupakan sumber hukum pertama (sumber primer) dalam ajaran Islam. Sunnah adalah sumber hukum kedua (sumber sekunder) setelah al-Quran, dan dapat dijadikan sumber hukum pertama (sumber primer) apabila tidak ditemukan penjelasan atas suatu masalah di dalam al-Qur'an. Adapun ijma' adalah kesepakatan semua mujtahid dari kalangan umat Islam pada suatu masa, setelah wafatnya Rasulullah SAW atas suatu hukum syara' mengenai suatu kejadian maupun kasus. Ijma' hanya ditetapkan setelah wafatnya

³³*Ibid.*, hal. 7

Rasulullah SAW dan hanya dapat dijadikan sebagai sumber hukum apabila tidak ditemukan penjelasan atau norma-norma hukum di dalam al-Qur'an maupun sunnah mengenai suatu masalah atau kasus. Sedangkan qiyas adalah menghubungkan suatu kejadian yang tidak ada nash-nya kepada kejadian yang ada *nash*-nya, dalam hukum yang telah ditetapkan oleh *nash*. Qiyas ini merupakan metode dalam pengambilan hukum yang didasarkan pada *illat-illat* hukum yang terkandung di dalamnya.³⁴

Perlu diketahui bahwasannya Islam sangat menekankan nilai etika dalam kehidupan manusia. Sebagai satu jalan, pada dasarnya Islam merupakan kode perilaku etika dan moral bagi kehidupan manusia. Seperti yang diriwayatkan oleh Bukhari bahwasannya Nabi Muhammad SAW pernah bersabda:

إِنَّمَا بُعِثْتُ لِأَتَمِّمَ مَكَرَّمَ الْأَخْلَاقِ

Artinya: “*Aku diutus hanyalah untuk menyempurnakan etika yang mulia*”.
(HR. Bukhari).

Tampilan unik etika Islam adalah bahwa ia merembes dalam semua wilayah dan bidang kehidupan manusia, baik individual maupun kolektif. Islam memandang etika sebagai satu bagian dari sistem kepercayaan Muslim (iman). Hal tersebut memberi satu otoritas internal yang kokoh untuk memberi sanksi dan memberi dorongan dalam melaksanakan

³⁴ Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islam...*, hal. 2

standar-standar etika. Konsep etika dalam Islam bukan utilitarian dan relatif, namun prinsipnya abadi dan mutlak.³⁵

2. Asas Perlindungan Konsumen Dalam Etika Bisnis Islam

Asas yang dijadikan sebagai pedoman dalam melakukan transaksi, yaitu *al-tauhid*, *istiklaf*, *al-ihsan*, *al-amanah*, *al-shiddiq*, *al-adl*, *al-khiyar*, *al-ta'wun*, keamanan dan keselamatan, dan *at-taradhin*. Asas pokok atau pondasi dari seluruh kegiatan bisnis di dalam Etika Bisnis Islam ditempatkan pada asas tertinggi, yaitu *tauhid* (mengesakan Allah SWT). Asas ini kemudian lahir asas *istikhlaf*, yang menyatakan bahwa apa yang dimiliki oleh manusia hakekatnya adalah titipan dari Allah SWT, manusia hanyalah sebagai pemegang amanah yang diberikan kepadanya. Asas tauhid juga melahirkan asas *al-ihsan* (*benevolence*), artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain tanpa ada kewajiban tertentu yang mengharuskannya untuk melaksanakan perbuatan tersebut.³⁶

Ketiga asas di atas melahirkan asas *al-amanah*, *al-shiddiq*, *al-adl*, *al-khiyar*, *al-ta'wun*, keamanan dan keselamatan, dan *at-taradhin*. Menurut asas *al-amanah* setiap pelaku usaha adalah pengemban amanah untuk masa depan dunia dengan segala isinya (*khalifah fi al-ardhi*), oleh karena itu apapun yang dilakukannya akan dipertanggung jawabkan di hadapan manusia dan di hadapan sang pencipta (Allah SWT). *al-shiddiq* adalah perilaku jujur, yang paling utama di dalam berbisnis adalah

³⁵*Ibid.*, hal. 3

³⁶Faisal Badroen dkk, *Etika bisnis Dalam Islam...*, hal. 102

kejujuran. *Al-adl* adalah keadilan, keseimbangan, dan kesetaraan yang menggambarkan dimensi horizontal dan berhubungan dengan harmonisasi segala sesuatu di alam semesta ini. *Al-khiyar* adalah hak untuk memilih dalam transaksi bisnis, hukum Etika Bisnis Islam menetapkan asas ini untuk menjaga terjadinya perselisihan antara pelaku usaha dengan konsumen. *Ta'awun* adalah tolong menolong, *ta'awun* memiliki arti yang sangat penting dalam kehidupan ini karena tidak ada satupun manusia yang tidak membutuhkan bantuan dari orang lain, sehingga tolong menolong antara sesama manusia merupakan keniscayaan, terutama dalam upaya meningkatkan kebaikan dan ketakwaan kepada Allah SWT. Untuk itu, dalam hubungannya dengan transaksi antara konsumen dan produsen asas ini harus dijiwai oleh kedua belah pihak.³⁷

Asas Keamanan dan Keselamatan, dalam Etika Bisnis Islam ada lima hal yang wajib dijaga dan dipelihara (*al-dharuriyyat alkhamasah*), yaitu: (1) memelihara agama (*hifdh al-din*), (2) memelihara jiwa (*hifdh al-nafs*), (3) memelihara akal (*hifdh al-aql*), (4) memelihara keturunan (*hifdh nasl*), dan memelihara harta (*hifdh al-maal*). Asas *al-taradhi* (kerelaan). Salah satu syarat sahnya jual beli di dalam Etika Bisnis Islam adalah *aqad* atau transaksi. *Aqad* atau transaksi tidak pernah akan terjadi kecuali dengan *shighat* (*ijab-qabul*), yaitu segala hal yang menunjukkan kerelaan atau kesepakatan kedua belah pihak (penjual dan pembeli).³⁸

3. Hak-Hak Konsumen Dalam Etika Bisnis Islam

³⁷Kadir, *Hukum Bisnis Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), hal. 31-35

³⁸Hasan Aedi, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hal.

Menurut hukum Etika Bisnis Islam ada enam hak konsumen yang membutuhkan perhatian serius dari pelaku usaha, yaitu:

- a. Hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jujur, adil, dan terhindar dari pemalsuan;
- b. Hak untuk mendapatkan keamanan produk dan lingkungan sehat;
- c. Hak untuk mendapatkan advokasi dan penyelesaian sengketa;
- d. Hak untuk mendapatkan perlindungan dari penyalahgunaan keadaan;
- e. Hak untuk mendapatkan ganti rugi akibat negatif dari suatu produk;
- f. Hak untuk memilih dan memperoleh nilai tukar yang wajar.³⁹

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

- a) Ganti rugi karena perusakan (*dha-man itlaf*);
- b) Ganti rugi karena transaksi (*dhaman 'aqdin*);
- c) Ganti rugi karena perbuatan (*dhaman wadh'u yadin*);
- d) Ganti rugi karena penahanan (*dhaman al-hailulah*);
- e) Ganti rugi karena tipu daya (*dhaman al-maghrur*).⁴⁰

Dhaman itlaf adalah ganti rugi akibat dari perusakan barang.

Ganti rugi *itlaf* tidak hanya berhubungan dengan kerusakan harta benda

³⁹*Ibid.*, hal. 61

⁴⁰Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: BPFE, 2004), hal. 195-234

saja, tetapi juga menyangkut jiwa dan anggota tubuh manusia. *Dhaman 'aqdin* adalah terjadinya suatu aqad atau transaksi sebagai penyebab adanya ganti rugi atau tanggung jawab.⁴¹ Ganti rugi *wadh'u yadin* adalah ganti rugi akibat dari kerusakan barang yang masih berada di tangan penjual apabila barang belum diserahkan dalam sebuah aqad yang sah dan ganti rugi karena perbuatan mengambil harta orang lain tanpa izin. *Dhaman al-hailulah* adalah ganti rugi pada jasa penitipan barang (*alwadi*) jika terjadi kerusakan atau hilang, baik kerusakan atau hilangnya itu disebabkan karena kelalaian atau kesengajaan orang yang dititipi. *Dhaman al-maghrur* adalah ganti rugi akibat tipu daya. *Dhaman al-maghrur* sangat efektif diterapkan dalam perlindungan konsumen, karena segala bentuk perbuatan yang dapat merugikan orang lain pelakunya harus membayar ganti rugi sebagai akibat dari perbuatannya itu.

Salah satu hak konsumen dalam Islam adalah hak untuk memilih yang dikenal dengan istilah *khiyar*. Melalui hak *khiyar* ini, Islam memberikan ruang yang cukup luas bagi konsumen dan produsen untuk mempertahankan hak-hak mereka dalam perdagangan apakah melanjutkan aqad/transaksi bisnis atau tidak. Para ulama' membagi hak *khiyar* menjadi tujuh macam yaitu *khiyar majlis*, *khiyar syarath*, *khiyar aibi*, *khiyar tadlis*, *khiyar ru'yah*, *khiyar al-ghabn al-fahisy* (*khiyar al-murtarsil*), dan *khiyar ta'yin*. *Khiyar majlis*, adalah hak untuk memilih melanjutkan atau

⁴¹*Ibid.*, hal. 235

membatalkan transaksi bisnis selama masih berada dalam satu tempat (*majlis*).⁴²

Khiyar syarath adalah hak untuk memilih melanjutkan atau membatalkan transaksi bisnis sesuai dengan waktu yang disepakati atau syarat yang telah ditetapkan bersama. *Khiyar aibi* adalah hak untuk membatalkan transaksi bisnis apabila obyek transaksi cacat sekalipun tidak ada perjanjian sebelumnya. Cacat yang dapat dijadikan alasan untuk mengembalikan barang adalah cacat yang dapat menyebabkan turunnya harga. *Khiyar tadlis* terjadi jika penjual mengelabui pembeli. Dalam hal ini pembeli memiliki hak *Khiyar* selama tiga hari. Di dalam kitab *Fiqh Empat Madzhab* bagian muamalat. Abdurrahman Al-Jaziri menyebut khiyar jenis ini dengan istilah *khiyar al-taghriri al-fi'liyy* (khiyar karena tertipu oleh tindakan penjual). *Khiyar ru'yah* adalah hak pilih untuk melanjutkan atau membatalkan transaksi bisnis yang dilakukan terhadap suatu objek yang belum dilihat pada saat transaksi dilaksanakan.⁴³ Sahnya transaksi jual beli/bisnis disyaratkan barang dan harganya diketahui dengan jelas oleh penjual dan pembeli. Tidak sah menjual atau membeli sesuatu yang tidak jelas, karena hal itu akan mendatangkan perselisihan. *Khiyar al-ghabn al-fahisy* (*khiyar al-murtarsil*) jika penjual dan pembeli merasa ditipu maka ia memiliki hak khiyar untuk menarik diri dari transaksi jual beli/bisnis dan membatalkan transaksi tersebut. *Khiyar* jenis ini pada suatu saat bisa menjadi hak penjual dan pada saat yang lain bisa juga menjadi hak

⁴² Kadir, *Hukum Bisnis...*, hal. 172

⁴³ *Ibid.*, hal. 173

pembeli. *Khiyar Ta'yin* adalah memberikan hak kepada pembeli untuk memilih barang yang dia inginkan dari sejumlah atau kumpulan barang yang dijual kendatipun barang tersebut berbeda harganya, sehingga konsumen dapat menentukan barang yang dia kehendaki.⁴⁴

E. Penelitian Terdahulu

Telaah pustaka ini dimaksudkan untuk menjelaskan bahwa penelitian yang dilakukan ini berbeda dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan sebelumnya. Penelitian tentang perlindungan konsumen khususnya yang berkaitan dengan jual-beli telah banyak dilakukan, namun peneliti menggunakan penelitian tersebut sebagai pijakan dasar dalam penelitian ini.

Menurut penelusuran yang peneliti lakukan terhadap beberapa tulisan buku dan skripsi yang membahas tentang perlindungan konsumen adalah sebagai berikut:

Pertama Penelitian yang dilakukan oleh Khusnul Khotimah dengan judul skripsi “Perlindungan Konsumen Dalam Jual-Beli Barang Bekas Ditinjau dari Hukum Islam dan UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus di Pasar Loak Shopping Centre Salatiga)” penelitian ini merupakan penelitian untuk mengetahui praktek perlindungan konsumen di Pasar loak Shopping Centre. Penelitian menggunakan pendekatan yuridis sosiologis dengan jenis penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat

⁴⁴*Ibid.*, hal. 174

deskriptif analitik, yaitu penelitian dengan mengumpulkan data mengenai persoalan perlindungan konsumen kemudian memaparkan dan menganalisa dengan Hukum Islam dan Hukum Positif di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktek jual beli barang bekas menggunakan sistem tawar-menawar, tidak ada garansi barang dan jika barang tersebut ditukarkan dengan barang lain pada besok harinya maka, harga jual barang tersebut turun dari harga sebelumnya. Adapun mengenai upaya-upaya perlindungan konsumen, dalam hal ini Pasar loak Shopping Centre Salatiga belum memenuhi unsur-unsur perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli barang bekas, secara hukum Islam seperti: tidak terpenuhinya hak-hak khiyar bagi pembeli yaitu *khiyar syarath* (hak pilih dalam persyaratan) dan *khiyar aib* (hak pilih karena cacat dan rusak barang) serta tidak dijelaskannya mengenai kualitas barang saat melakukan transaksi jual beli. Sedangkan secara UU No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, upaya perlindungan konsumen di Pasar loak Shopping Centre melanggar pasal 4 ayat 3, 7 dan 8 yaitu hak untuk informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa (ayat 3), hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif (ayat 7), dan hak untuk mendapat kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya (ayat 8).⁴⁵

⁴⁵Khusnul Khotimah, "Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli Barang Bekas Ditinjau dari Hukum Islam dan UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Studi Kasus di Pasar Loak Shopping Centre Salatiga", *Skripsi*, (Salatiga: Jurusan Hukum Ekonomi Syari'ah Institut Agama Islam Negeri, 2015). Dalam

Penelitian tersebut berbeda karena penelitian yang akan diteliti oleh peneliti yaitu tentang perlindungan konsumen pada jual-beli makanan di tempat wisata Pantai Pelang ditinjau dari UU No. 8 tahun 1999 dan etika bisnis Islam, subjek dan objek penelitian sangat jelas berbeda.

Kedua penelitian yang dilakukan Dewi Irawati dengan judul skripsi “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen dalam Jasa Laundry Pakaian Di Yogyakarta”. Penelitian ini mengangkat isu bagaimana perlindungan konsumen ditinjau dari Hukum Islam dalam jasa laundry pakaian di jalan Timoho Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif secara empiris dengan pendekatan deskriptif. Penelitian yang dilakukan dengan langsung terjun ke lapangan. Interview/wawancara, observasi dan dokumentasi adalah teknik dalam pengumpulan data yang diperlukan di jasa laundry pakaian di Yogyakarta. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa jasa laundry yang berada di Jalan Timoho Yogyakarta sudah sesuai dengan Hukum Islam. Karena pemilik laundry memberikan hak-hak kepada konsumen dengan memberikan ganti rugi diantaranya dengan pakaian hilang diganti 10 kali ongkos cuci, penggantian atas kehilangan dan kerusakan pakaian diganti maksimal Rp. 80.000,-, dan hasil cucian yang tidak bersih dapat dikembalikan untuk dicuci ulang, dan konsumen mendapat haknya kembali pakaian dengan baik dan tidak rusak.⁴⁶

<http://erepository.iainsalatiga.ac.id/eprin/5678>, diakses pada tanggal 2 Oktober 2017, pada pukul. 20.00 WIB.

⁴⁶Dewi Irawati, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen dalam Jasa Laundry Pakaian di Yogyakarta”, *Skripsi*, (Yogyakarta: Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2009). Dalam <http://e-repository.uinsunankalijaga.ac.id/eprint/3844>, diakses pada tanggal 2 Oktober 2017, pada pukul. 20.02 WIB.

Penelitian tersebut sangat berbeda karena penelitian yang akan diteliti peneliti yaitu tentang perlindungan konsumen pada jual-beli makanan di tempat wisata Pantai Pelang ditinjau dari UU No.8 Tahun 1999 dan etika bisnis Islam.

Ketiga penelitian yang dilakukan R. Jauhari Arifin dengan judul skripsi “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen Dalam Jual-Beli HP Second di Desa Segoroyoso Kecamatan Pleret Kabupaten Bantul”. Penelitian ini mengangkat isu bagaimana pelaksanaan jual-beli HP second, serta proses penyelesaian pada konsumen apabila terjadi wanprestasi dalam jual-beli HP Second dan bagaimana hak dan kewajiban perlindungan konsumen. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan deskriptif analisis, yakni mendeskripsikan data-data yang telah diperoleh berkaitan dengan perlindungan konsumen jual-beli HP Second, kemudian dianalisis dengan hukum Islam setelah itu ditarik kesimpulan. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa jual-beli HP second di Desa Segoroyoso pelaksanaannya sudah memenuhi syarat dan rukun sah jual-beli dan tidak bertentangan dengan Hukum Islam. Perlindungan hukum konsumen telah dilaksanakan dengan pemberian hak khiyar dan garansi dalam jual-beli tersebut.⁴⁷

⁴⁷R. Jauhari Arifin, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli HP Second di Desa Segoroyoso Kecamatan Pleret Kabupaten Bantul”, *Skripsi*, (Yogyakarta: Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2008). Dalam <http://e-repository.uinsunankalijaga.ac.id/eprint/2639>, diakses pada tanggal 2 Oktober 2017, pada pukul. 20.04 WIB.

Sedangkan Penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu perlindungan konsumen pada jual beli makanan di tempat wisata Pantai Pelang di tinjau dari UU No. 8 Tahun 1999 dan etika bisnis Islam.

Keempat penelitian yang dilakukan oleh Anggara Andriansyah pradipta dengan judul skripsi “Tinjauan Hukum Islam Dan UU Perlindungan Konsumen No.8 Tahun 1999 Terhadap Jual Beli Barang Rekondisi Di Desa Sidoharjo Dusun Tumpak Jl. Raya Losari Kecamatan Gedeg Kabupaten Mojokerto”. Hasil penelitian tersebut berdasarkan tinjauan hukum Islam terhadap jual beli barang rekondisi di Desa Sidoharjo Dusun Tumpak ada dua keadaan, diperbolehkan jika pihak pembeli secara tidak langsung mengetahui bahwa barang yang dijual adalah barang rekondisi, karena barang yang dijual dalam lingkup bengkel biasa serta harganya relatif lebih murah. Jual beli yang tidak diperbolehkan jika pembeli memang sama sekali tidak mengerti kondisi barang yang dijualnya karena hal ini termasuk *tadlis* (menyembunyikan cacat). Dilihat dari perspektif ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, terdapat wanprestasi kualitas barang yang dilakukan pemilik bengkel di Desa Sidoharjo Dusun Tumpak Mojokerto terhadap calon pembeli.⁴⁸

Penelitian tersebut memang sama-sama tentang jual-beli dan hukum perlindungan konsumen tapi, objek nya berbeda dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu perlindungan konsumen pada jual-beli makanan

⁴⁸Anggara Andriansyah Pradipta, “Tinjauan Hukum Islam Dan Uu Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 Terhadap Jual Beli Barang Rekondisi di Desa Sidoharjo Dusun Tumpak Jl. Raya Losari Kecamatan Gedeg Kabupaten Mojokerto”, *Skripsi*, (Surabaya: Universitas Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2015).Dalam <http://e-repository.uinsby.ac.id/eprint/3425>, diakses pada tanggal 2 Oktober 2017, pada pukul. 20.06 WIB.

di tempat Wisata Pantai Pelang yang ditinjau dari UU No. 8 Tahun 1999 dan etika bisnis Islam.

Kelima yaitu penelitian yang dilakukan oleh Eni Muslimah judul skripsi “Pandangan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen Dalam Jual-Beli Perumahan”.⁴⁹

Penelitian tersebut memiliki tehnik yang sama dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu penelitian lapangan, tetapi objek dan subjek penelitiannya berbeda dengan yang akan diteliti oleh peneliti, yaitu peneliti meneliti tentang perlindungan konsumen pada jual-beli makanan di tempat wisata Pantai Pelang ditinjau dari UU No. 8 Tahun 1999 dan etika bisnis Islam.

Keenam penelitian yang dilakukan oleh Moch. Sulhan Aditama dengan judul skripsi “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual-Beli Pupuk Paketan (Studi Kasus di Desa Kendalrejo Kecamatan Talun Kabupaten Blitar)”. Jenis penelitian skripsi ini adalah kualitatif, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui praktik jual-beli pupuk Didesa Kendalrejo serta bagaimana praktik jual-beli tersebut menurut hukum islam.⁵⁰

Penelitian tersebut jelas berbeda dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, karena peneliti meneliti bagaimana perlindungan konsumen pada

⁴⁹Eni Muslimah, “Pandangan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli Perumahan”, *Skripsi*, (Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2009). Dalam <http://e-repository.uinsunankalijaga.ac.id/eprint/2602>, diakses pada tanggal 2 Oktober 2017, pada pukul. 20.07 WIB.

⁵⁰Moch. Sulhan Aditama, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Pupuk Paketan Studi Kasus di Desa Kendalrejo Kecamatan Talun Kabupaten Blitar”, *Skripsi*, (Tulungagung: Institut Agama Islam Negeri, 2017). Dalam <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/id/eprint/4913>, diakses pada tanggal 2 Oktober 2017, pada pukul. 20.09 WIB.

jual-beli makanan di tempat Wisata ditinjau dari UU No. 8 Tahun 1999 dan etika bisnis Islam, meski sama-sama membahas tentang Jual-beli akan tetapi objek jual-beli nya berbeda serta pertinjauan hukumnya juga berbeda karena disisi lain peneliti juga membahas mengenai perlindungan konsumen.