

Melacak Warisan Spritualitas Islam Dalam Tekstualitas Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia

Shinta Dewi Rismawati, Irham Baihaqi Thoha
Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Pekalongan
E-mail Korespondensi : Shintadewi@gmail.com

Abstraks

Islam telah menorehkan nilai-nilai spritualitas tentang keadilan, kesepakatan, kejujuran, kepercayaan, keseimbangan hak dan kewajiban, kehalalan, pertanggungjawaban dan lain sebagainya di dalam sebuah transaksi bisnis fair dan adil bagi produsen dan konsumen. Warisan nilai spritualitas Islam juga mempengaruhi konsep perlindungan konsumen di Indonesia yang dapat dikategorikan sebagai masyarakat terbuka. Sebagai masyarakat terbuka yang bercorak Theisdemokratis maka pembangunan sistem hukum di Indonesia memberikan kesempatan yang sama bagi semua system hukum sebagai sumber referensinya. Islam adalah rahmatan lil alamin, tak terkecuali adalah konsumen sebagai penguna akhir produk barang dan jasa. paper ini akan melacak serta mengungkapkan warisan nilai-nilai spritualitas Islam dalam memberikan perlindungan konsumen dalam regulasi UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Temuan riset menunjukkan bahwa nilai-nilai spritualitas perlindungan konsumen Islami ternyata menjadi pijakan dasar serta diadopsi dalam teks normative UU Perlindungan Konsumen. Ini merupakan bukti nyata bahwa prinsip-prinsip perlindungan konsumen menurut hukum Islam bersifat universal, karena mengedepankan nilai-nilai moral dan keadilan dalam transaksi bisnis demi kemaslahatan bersama.

Kata Kunci : Spritualitas, Islam, Perlindungan, Konsumen

A. Pendahuluan

Di Era Globalisasi Ekonomi yang merupakan manifestasi baru dari pembangunan kapitalisme sebagai system ekonomi internasional (Husni Syawali, 2000 : 2), di mana salah satunya ditandai dengan semakin terbukanya pasar nasional bagi produk barang maupun jasa baik yang berasal dari dalam negeri maupun dari luar. Berkenaan dengan isu di atas, maka upaya negara untuk

memberikan perlindungan hukum yang dapat menjamin peningkatan kesejahteraan masyarakat serta kepastian atas mutu, jumlah, dan keamanan dan atau jasa yang diperolehnya di pasar merupakan hal yang mutlak diperlukan. Proteksi negara tersebut pada dasarnya merupakan wujud dari kedaulatan negara baik yang bersifat internal maupun eksternal.

Perlunya undang-undang perlindungan konsumen tidak lain, karena lemahnya posisi konsumen dibandingkan dengan produsen, berkaitan dengan proses sampai hasil produksi barang dan jasa yang telah dihasilkan tanpa campur tangan konsumen sedikitpun. Sehingga sejak awal produksi perlindungan konsumen harus sudah dimulai. Adapun yang dimaksud dengan perlindungan konsumen disini adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.

Kiranya dalam rangka merealisasikan hal tersebut diatas, maka pada tanggal 20 April 1999, pemerintah Indonesia telah mensahkan UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dengan maksud dan tujuan sebagaimana yang tercantum dalam pasal 3 yaitu antara lain : *Pertama* untuk meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri, *Kedua* meningkatkan harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari ekse negatif penggunaan atau pemakaian barang dan jasa, *Ketiga* meningkatkan system perlindungan konsumen yang mengandung unsure kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi, *Keempat* meningkatkan

pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya seagai konsumen, *Kelima* Meningkatkan kaulitas barang dan jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen. Dan *Keenam* serta menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap jujur dan bertanggung jawab.

Dengan demikian, maka negara sebagai "*public servant*" dalam hal ini telah menunjukan *Good will* dan itikad baiknya untuk memberikan perlindungan hukum terhadap konsumen, dan itikad baik tersebut hendaknya juga direspons dengan *good action* dari berbagai kalangan baik pemerintah, pelaku usaha dan masyarakat itu sendiri Hal ini tidak berlebihan mengingat perlindungan konsumen jika dipandang secara materiil maupun formil menjadi semakin penting, seiring dengan semakin pesatnya perkembangan IPTEK, yang merupakan motor penggerak bagi produktifitas dan efisiensi produsen atas barang dan jasa yang dihasilkannya untuk mencapai sasaran usaha. Dalam rangka mencapai kedua hal tersebut diatas, akhirnya baik langsung atau tidak langsung, maka konsumenlah yang pada

umumnya akan merasakan dampaknya.(Sri Redjeki Hartono, 2000, 33)

Kemajuan Ilmu pengetahuan dan teknologi di bidang pangan, obat-obatan dan kosmetika dewasa ini sungguh sangat luar biasa. Jika dahulu pengolahan serta pemanfaatan bahan-bahan baku sangat sederhana dan apa adanya dari alam, maka sekarang manusia dengan IPTEK-nya telah dapat merekayasa apa yang terdapat dalam alam, sampai hal-hal yang mikro sekalipun.

Dengan demikian, pengidentifikasian tentang proses dan bahan yang digunakan dalam suatu industri pangan, obat-obatan atau kosmetika tidak lagi menjadi suatu yang sederhana. Jika dulu untuk mengetahui kehalalan dan kesucian ketiga hal tersebut bukan merupakan persoalan, karena bahan-bahannya dapat diketahui secara jelas, serta prosesnya tidak terlalu rumit, kini persoalannya tidak sesederhana itu. Oleh karena itu sebagai konsumen, kita sebagai umat Islam sering dihadapkan pada pertanyaan seperti, bolehkah kita mengonsumsi makanan ini, atau bolehkah kita menggunakan dan memakai produk ini atau produk itu ?

Pertanyaan-pertanyaan seperti itu, bagi ummat Islam tidaklah dipandang berlebihan. Sebab bagi ummat Islam, kesucian dan kehalalan sesuatu yang akan dikonsumsi atau dipakai mutlak harus

diperhatikan, karena hal tersebut sangat menentukan diterima atau ditolaknya amal ibadah kita oleh Allah SWT kelak di akhirat

Jika apa yang kita konsumsi atau kita gunakan itu suci dan halal, amal ibadah kita diterima oleh Allah. Sebaliknya, jika haram atau tidak suci, amal ibadah kita pasti ditolaknya, selain kitapun dipandang telah berbuat dosa, sebagaimana hadits yang riwayatkan oleh Imam Muslim, di kutip dari Abi Hurairah r.a telah berkata: “Telah bersabda Rasulullah s.a.w. :” Sesungguhnya Allah itu baik, tidak menerima sesuatu kecuali yang baik. Dan sesungguhnya Allah telah memerintahkan kepada orang-orang mu'min (serupa) dengan apa yang diperintahkan kepada rasul-rasul ! Makanlah dari segala sesuatu yang baik, dan bekerjalah kamu dengan pekerjaan yang baik. Dan Allah telah Berfirman : “Hai orang-orang yang beriman, makanlah dari apa-apa yang baik yang telah kami rezkikan padamu”. Kemudian beliau menceritakan seorang laki-laki yang telah jauh perjalanannya, berambut kusut penuh dengan debu. Dia menadahkan kedua tangannya ke langit dan berkata : Wahai Tuhan, Wahai Tuhan, sedangkan makanannya haram, minumannya haram, pakaiannya haram dan dikenyangkan dengan barang haram, maka bagaimana ia kan diterima

permintaannya ? (Aminah Abd Dahlan, 1995, 22).

Berdasarkan ilustrasi tersebut diatas maka yang menjadi pokok persoalan adalah prinsip-prinsip perlindungan konsumen manakah yang tercover dengan baik dalam UU Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen apabila di lihat dari sudut pandang Hukum Islam ?. Dengan demikian maka yang akan dikaji adalah ketentuan-ketentuan dalam undang-undang tersebut yang dinilai merupakan warisan spritualitas Islam karena “seiring (senapas) dan sejalan” dengan prinsip perlindungan konsumen dalam perspektif Islam.

B. Pentingnya Etika Bisnis Dalam Upaya Perlindungan Konsumen

Sebagaimana diketahui, adanya Era globalisasi yang tidak lain merupakan gerakan perluasan pasar dan di semua pasar yang berbasis persaingan, maka selalu ada yang kuat (menang) dan lemah (kalah) (Erman Rajaguguk, 1999, 2). Kondisi yang bebas tersebut akan memberikan begitu banyak tantangan baik konsumen, produsen atau pengusaha maupun pemerintah itu sendiri. Salah satu aspeknya adalah makin mencuatnya permasalahan perlindungan konsumen. (Nurmardjito, 1999, 7), maka pembahasan perlindungan konsumen

akan selalu terasa actual dan penting untuk dikaji.

Pada Era *Free Trade* di mana arus barang dan jasa dapat masuk ke semua negara dengan bebas, maka yang seharusnya terjadi adalah persaingan jujur atau sehat (*fair competition*). Persaingan jujur adalah suatu persaingan di mana konsumen dapat memiliki barang maupun jasa karena jaminan kualitas dengan harga yang wajar. Oleh karena itu pola perlindungan konsumen perlu diarahkan pada pola kerjasama antar negara, dan semua pihak yang berkepentingan agar terciptanya suatu model perlindungan harmonis berdasarkan atas persaingan jujur.

Perlindungan konsumen dalam era pasar global menempati posisi yang penting dengan alasan karena pihak konsumen di samping mempunyai hak-hak yang bersifat universal juga mempunyai hak-hak yang bersifat spesifik baik situasi maupun kondisi. Hak-hak konsumen yang secara universal harus dilindungi dan dihormati adalah hak keamanan dan keselamatan, hak atas informasi, hak untuk memilih, hak untuk didengar dan hak atas lingkungan hidup.

Dalam etika bisnis baik yang berbasis pada hukum positif di manapun termasuk juga hukum Islam, telah dibuat semacam “*rule of game in bussiness*” atau kode etik dalam

menjalankan bisnis, yang telah dilembagakan dalam masyarakat baik secara formal maupun non formal demi kepentingan keamanan, kenyamanan dan keadilan para pihak. Kode etik dalam berbisnis yang berbasis pada perlindungan konsumen tersebut telah mempola. Oleh karena itu harus senantiasa diperhatikan dan dilaksanakan dengan itikad baik oleh semua pihak yang terkait, sebab etika bisnis hanya akan berjalan baik sebagaimana diharapkan dalam arti berlaku efektif apabila masing-masing pihak baik dari pemerintah, pelaku usaha serta masyarakat (konsumen) melaksanakannya dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab demi kemaslahatan bersama.

Pemerintah sebagai “bapak” dari anak-anaknya tanpa harus mengabaikan apalagi mematikan kepentingan umat non muslim lainnya, sudah selayaknya dalam mengeluarkan suatu *public policy*, senantiasa memperhatikan dan mengidahkan kepentingan kaum muslim yang merupakan komunitas yang terbanyak di negeri ini. Apabila mengacu pendapat Jeremy Betham yang pertama kali menggagas teori *utilities* atau *eudaemonistis* (Sacipto Raharjo, 1998, 122) bahwa hukum yang baik adalah hukum yang mampu menjamin terciptanya kebahagiaan atau kesenangan yang terbesar pada orang yang sebanyak-banyaknya (*the greatest good of the greatest number*), maka hukum yang dinyatakan

berlaku, hendaknya juga hukum yang akan mendatangkan kebahagiaan bagi golongan yang mayoritas hidup dalam masyarakat.

Jadi pada hakekatnya hukum diadakan dalam rangka untuk mencapai dan menghasilkan memberikan perlindungan kepentingan, kesenangan atau kebahagiaan yang terbesar bagi jumlah orang yang terbanyak. Dengan catatan bahwa penggunaan teori tersebut tidak mengabaikan keadilan bagi golongan yang sedikit atau minoritas. Dan yang dimaksud dengan kata “kebahagian” di sini tidak semata-mata hal yang termasuk ranah kebutuhan materiil akan tetapi juga spiritual.

Dengan kata lain jika dikembalikan dengan statement tersebut diatas, maka dalam hal-hal tertentu, misalnya yang berkaitan dengan peraturan tentang perlindungan konsumen, alangkah bijaksananya apabila peraturan tersebut juga mengakomodir serta mengcover kepentingan umat muslim sebagai kelompok mayoritas di Indonesia, sehingga peraturan tersebut bisa “seiring dan sejalan” dengan Alquran dan Sunnah yang merupakan pedoman umat muslim dan beribadah maupun bermuamalah.

Oleh karena itu UU No 8 tahun 1999, hendaknya selain bertujuan untuk memberikan perlindungan kepentingan (hukum) bagi konsumen pada umumnya tanpa harus

menonjolkan hal yang berbau rasialis dan SARA, juga perlu untuk memberikan rasa aman, nyaman dan adil bagi konsumen muslim dalam bertransaksi.

Dengan demikian semangat untuk mengaplikasikan prinsip-prinsip perlindungan konsumen yang Islami sebagaimana telah diatur dalam Al Quran dan Sunnah juga tercover dengan baik dalam peraturan perlindungan konsumen tersebut, sehingga umat muslim dalam bertransaksi tidak lagi “cemas dan was-was” karena kepentingannya (hak) secara yuridis formal telah terlindungi.

Islam sebagai salah satu agama samawi yang isinya sangat lengkap dan komprehensif tidak semata-mata menyangkut ranah *habbluminallah* akan tetapi juga *habbluminannas*, yang kehadirannya diyakini oleh umatnya membawa “*the holy mission*” yaitu *rahmatan li al-allmin*, sehingga dia akan memberikan rahmat dalam aturan hukum yang memenuhi kemaslahatan umat manusia.

Menurut Muhammad Al Madani sebagaimana disadur oleh Alwi AS mengatakan Islam mempunyai tiga lapangan dalam kehidupan manusia di mana ia melakukan perannya. Dalam tiga lapangan ini ia mempunyai cara-cara yang berbeda satu dengan yang lain sebab dalam

soal kepercayaan atau *aqidah* caranya adalah pemberitaan yang menerangkan, dalam soal ibadah caranya adalah memberi bentuk-bentuk baru sedangkan dalam bidang muamalah caranya adalah kritik dan perbaikan. (Muhammad Al Madani, 1997, 73)

Sikap Islam dalam bidang muamalah berbeda sekali dengan bidang *aqidah* dan ibadah, sebab agama tidak membuat cara-cara hubungan dagang, hal ini dikarenakan ketika Islam datang, kegiatan dagang telah ada terlebih dahulu. Jadi bukan agama yang menciptakan dan merencananya, bukan pula mengajarkan cara tertentu dan menerangkannya, sikapnya hanyalah menetapkan, merobah atau menghapus. Hal inilah yang disebut dengan “kritik dan perbaikan”. Agama tidak turun tangan dalam soal tersebut, melainkan hanya sekedar untuk menjaga semua idea dan prinsipnya, yang pada dasarnya memudahkan dan menyebarkan keadilan dan kasih serta menolak cara-cara yang menimbulkan pertentangan dan saling membenci, sehingga dapat mengikat seluruh anggota masyarakat dengan tali kasih sayang bergotong royong atas dasar kebaikan dan taqwa, bukan dengan melakukan pelanggaran dan dosa.

Sejarah telah menerangkan sikap Nabi Muhammad ketika beliau

sampai di Madinah, disana sudah terdapat masyarakat dan pasar-pasar yang mempunyai cara tertentu dalam berjual beli dan perhubungan yang saling menguntungkan satu dengan yang lain. Ketika itu Nabi tidak menciptakan suatu cara baru atas nama agama dan Allahpun tidak menurunkan ayat-ayat yang menambahkan suatu bentuk baru atau membuatnya tiada. Cara yang digunakan nabi adalah sikap kritik yang memperbaiki saja, sebab cara ini akan bermanfaat bagi manusia tidak merugikan atau mengandung *madhorrot*, sehingga cara itu diterima dan tidak ditentang. Dasar bidang muamalah yang dikembangkan oleh Nabi adalah cara yang didasarkan pada perilaku budi perkerti yang luhur serta saling menguntungkan dengan dasar kebaikan dan taqwa semata.

Oleh kerana itu dalam bidang muamalah banyak ulama, yang mengarisikan dasar muamalah adalah bebas sehingga ada larangan. Hal ini berbeda sekali dengan bidang ibadah yang dasarnya adalah mengatakan bahwa Tuhan tidak disembah kecuali dengan cara yang diciptakan oleh-Nya sendiri. Diantaranya Ibnul Qojjim Aldjauzijah yang menulis : “Dasar semua ibadah itu bathil (terlarang) sehingga ada dalil yang menundukan diperintahkannya melakukan sesuatu ibadah. Adapun akad dan muamalah dalam perdagangan dasarnya adalah boleh (bebas) sehingga ada dalil yang menundukkan batalnya cara itu atau

diharamkannya”. (Muhammad Al Madani, 1997, 77)

Dalam bidang muamalah termasuk dalam perdagangan dan perniagaan termasuk kegiatan jual beli, Islam telah memberikan prinsip atau azas yang merupakan “*rule of games in bussnise*”, yang harus merupakan rambu-rambu yang harus diindahkan oleh para pihak yang terkait didalamnya. Adapun tujuannya adalah untuk memberikan perlindungan baik produsen maupun konsumennya.

Jika dalam hukum positif khususnya pasal 1320 KUHPerdara, telah diatur tentang syarat sahnya perjanjian yang harus dipenuhi oleh para subjek hukum yang terlibat dalam suatu transaksi di bidang perdagangan dan perniagaan, yaitu baik syarat objektif (biasanya mengenai objek tertentu harus jelas, dan dasar yang halal) maupun subjektifnya (biasanya mengenai kecakapan dari subjek hukum dan adanya kesepakatan para pihak). Pemenuhan kedua persyaratan tersebut penting, sebab jika tidak dipenuhi, maka perjanjian atau perikatan yang telah dibuat tersebut dapat batal demi hukum atau dimintakan pembatalannya. (Sudikno Merto Kusuma, 1993, 45).

Demikian pula dengan hukum Islam, prinsip dan syarat sahnya suatu perjanjian atau akad juga telah ditentukan secara tegas dan jelas. Sebab akad merupakan salah satu

sebab dari ditetapkannya *syara'* yang karenanya timbullah beberapa hukum. Dengan memperhatikan *takrif akad*, dapatlah kita mengatakan, bahwa akad itu : “*amal iradi musytarak yagumu alattaradi*” atau suatu perbuatan yang sengaja dibuat oleh kedua orang, berdasarkan persetujuan masing-masing. (TM. Hasbi Ash Shiddieqy, 1997, 28). Jadi akad itu mengikat para pihak dengan beberapa hukum *syara'* yaitu *hak* dan *iltizam*, yang diwujudkan oleh akad. Dan akad itu terbentuk dengan adanya dua *aqid*, yang dinamakan *tharafayilaqdi* (dua pihak akad) adanya *mahalulu aqdi*, yang dinamakan *ma'qud'alaihi*, adanya *maudlu'il aqadi (ghayatul' aqad)* dan adanya rukun-rukun akad.

Oleh karena itu syarat sahnya suatu akad atau perikatan menurut Islam adalah : *Pertama* terpenuhinya syarat yang tidak menyalahi salah satu hukum tetap dari hukum-hukum *syara'* yang telah disepakati, sebagaimana Rasulullah bersabda “semua syarat (janji) yang tidak sesuai dengan kitabullah, maka itu adalah bathil, sekalipun seribu macam syarat (janji)”. *Kedua* perjanjian harus dilakukan dengan sama-sama *ridha* dan dengan suka hati tidak boleh dengan paksaan dan *Ketiga*, kandungan perjanjian itu jelas, tidak kabur dan tidak ditafsiri menurut kemauan masing-masing pihak.

Sedangkan TM Hasby Ahs Shiddieqy lebih merinci tentang syarat sahnya perjanjian atau akad yaitu syarat yang bersifat umum terdiri dari : *Ahliyatul' aqidaini* (kedua belah pihak cakap berbuat), *Qobiliyatul mahallil aqdi li hukmihi* (yang dijadikan objek akad jelas dan dapat menerima hukumnya), *Al wilyatus syari'iyah fi maudlu'uhu mammu'an binashshin syar'irin* (janganlah akad itu akad yang dilarang *syara'*), *Kaunul' aqdi mufidan* (akad itu memberi faedah), *Bagaul ijbabi shalihan ila maugu'il qabul* (ijab itu berjalan terus, tidak dicabut, sebelum terjadi qobul) dan *Ittihadu majlisil' aqdi* (bertemu di majlis akad). Sedang mengenai syarat *idlafiyah* (khusus) biasanya merupakan syarat tambahan di samping syarat umum, misalnya adanya saksi untuk terjadinya nikah, jual beli dan lain sebagainya. Dan yang terpenting adalah adanya *iradah adiyah* (kehendak dari para pihak untuk mengadakan akad baik secara *bathiniah* maupun *dhahirah*). (TM Hasby Ahs Shiddieqy, 1997, 34).

Dari uraian tersebut diatas, maka tampak sekali bahwa syarat sahnya perjanjian menurut hukum positif maupun Islam, ada benang merah yang sama, bahkan Islam lebih lengkap, dan hal ini semata-mata bertujuan agar para pihak yang terikat dalam perjanjian tidak menderita

kerugian di kemudian hari, dalam arti kepentingan produsen dan konsumen sama-sama terlindungi.

UU Nomor 8 tahun 1999, dimaksudkan bahwa dalam kegiatan transaksi barang maupun jasa, konsumen ditempatkan sejajar dengan produsen, dalam arti hak maupun kewajibannya terlindungi, sebab selama ini, karena keterbatasan konsumen untuk mendapatkan akses atas informasi produk di pasaran yang relatif kecil telah membuat posisi konsumen lemah..

Konsumen dalam hukum Islam juga ditempatkan pada posisi yang sejajar dengan produsen dan tidak dalam hubungan yang sub-ordinat, hal ini dikarenakan *bargaining position* konsumen terhadap produsen adalah kuat baik mengenai hak maupun kewajibannya. Adapun yang membuat kuatnya *bargaining position* konsumen terhadap produsen adalah karena sejak awal sudah diantisipasi dengan syarat-syarat yang harus dipenuhi untuk terbitnya suatu akad antara keduanya dan adanya “rambu-rambu” etika bisnis Islam yang dilandasi pada budi perkerti yang luhur, kebaikan dan taqwa semata., hal itulah yang menempatkan posisi produsen dan konsumen sejajar demi kebaikan dan kemaslahatan bersama.

D. Prinsip-Prinsip Warisan Spritualitas Islam Dalam

Tekstualitas Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia

Secara umum dan mendasar hubungan antara produsen dengan konsumen, dapat diibaratkan sebagai *simbiosis mutualisme* yaitu hubungan yang saling tergantung dan menguntungkan yang dilakukan secara terus menerus dan berkesinambungan. Hubungan ini terjadi karena keduanya memang saling menghendaki dan mempunyai tingkat ketergantungan yang tinggi antara yang satu dengan yang lainnya. Produsen sangat membutuhkan dan sangat tergantung atas dukungan konsumen sebagai pelanggan, tanpa dukungan konsumen, tidak mungkin produsen terjamin kelangsungan usahanya. Sebaliknya konsumen juga kebutuhannya sangat bergantung dari hasil produksi produsen.

Hubungan antara keduanya yang berkelanjutan tadi terjadi sejak proses produksi, distribusi di pemasaran dan penawaran. Pada level hubungan penyaluran dan distribusi tersebut menghasilkan hubungan yang sifatnya massal, karena itu peran negara sangat dibutuhkan dalam rangka melindungi kepentingan konsumen pada umumnya. Adapun aturan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen antara lain meliputi mutu barang, cara dan prosedur produksi, syarat kesehatan, syarat pengemasan, syarat lingkungan dan lain sebagainya.

Untuk mengetahui apakah prinsip-prinsip perlindungan konsumen yang Islami, telah tercover dengan baik dalam Undang-undang Nomor 8 tahun 1999, maka dibawah ini akan diuraikan tentang prinsip-prinsip perlindungan konsumen dalam kaca mata Islam terlebih dahulu, baru kemudian dihubungkan dan dicarikan relevansinya dengan ketentuan-ketentuan yang ada dalam undang-undang tersebut.

Adapun prinsip-prinsip perlindungan konsumen dalam UU Nomor 8 Tahun 1999 yang “senapas” dengan Hukum Islam antara lain sebagai berikut :

1. **Harus Relasama Relasama**

Secara khusus di dalam Surat An Nisa ayat 29, ada batasan yang paling tegas yaitu pada setiap transaksi yang dibuat, di dalam kegiatan ekonomi antar pihak, harus ada unsur relasama-relasama. Adapun arti dari Surat An Nisa ayat 29 adalah : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu makan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu.” Hadits Nabi sebagaimana yang diriwayatkan Al Bukhori dan Ibnu Najah mengatakan : “Perdagangan itu atas dasar sama-sama Ridho.”

Makna yang terkandung di dalam ayat dan hadits tersebut adalah bahwa

setiap transaksi yang dilakukan oleh para pihak hendaknya didasarkan kesepakatan bersama atau kesesuaian kehendak yang relasama relasama. Dari transaksi tersebut otomatis akan melahirkan hak dan kewajiban yang telah disepakati oleh para pihak. Dan kesepakatan inipun hendaknya yang sesuai dengan hukum Islam, sebab meskipun telah ada kesepakatan tetapi hal yang disepakati itu dilarang agama, maka perikatan tersebut tidak diperkenankan. Misalnya jual beli dengan cara melempar (*hashah*) ataupun berjudi. Hadits nabi yang melarang transaksi jenis ini telah di riwayatkan oleh Abu Hurairah yang artinya : “Dari Abu Hurairah, ia berkata Rasulullah SAW melarang mengenai jual beli lemparan dan jual beli yang mengandung kesamaran.”

Perjanjian haruslah dilakukan dengan sama-sama Ridho dan suka hati. Paksaan tidak diperkenankan, sebab paksaan itu melenyapkan kehendak yang baik yang timbul dari kesucian hati, oleh karena itu perjanjian yang didasarkan atas paksaan juga tidak diperbolehkan. Paksaan dalam transaksi juga dilarang oleh UU Nomor 8 Tahun 1999 dalam pasal 15 :” Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/ jasa **dilarang melakukan dengan cara pemaksaan** atau cara-cara yang menimbulkan gangguan baik fisik maupun psikhis terhadap konsumen.”

Kemudian sehubungan dengan terbitnya perjanjian berupa transaksi jual beli antar produsen (penjual) maupun konsumen, maka dalam Islam pun disitu pasti lahir sejumlah hak dan kewajiban yang didasarkan pada prinsip rela sama rela untuk kemudian dipenuhi oleh para pihak., Dalam UU Nomor 8 tahun 1999, maka hak dan kewajiban yang berkaitan dengan kesepakatan para pihak dapat dilihat dalam Bab III, tentang Hak dan kewajiban, para pihak pasal 4 huruf b : “Konsumen berhak untuk memilih barang dan /jasa serta mendapatkan barang dan jasa tersebut **sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.**” Dan pasal 5 huruf c : “Konsumen wajib membayar sesuai dengan nilai tukar yang **disepakati.**” Kemudian pasal 6 huruf a yang berbunyi : “Pelaku usaha berhak untuk menerima pembayaran yang **sesuai dengan kesepakatan** mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/ jasa yang diperdagangkan.”

Jadi inti dari prinsip rela sama rela disini menunjukkan adanya kesepakatan atau kesesuaian kehendak para pihak mengenai hak berikut kewajiban sebagai konsekuensi logis dari transaksi yang telah disepakati. Adapun **hak konsumen** diatur dalam pasal 4 (terdiri dari 9 item), **kewajiban konsumen** dalam pasal 5 (terdiri 4 item), **hak pelaku usaha** dalam pasal

6 (terdiri 6 item) dan **kewajiban pelaku usaha** dalam pasal 7 (terdiri 7 item)

2. Para Pihak Beritikad Baik Untuk Menepati Perjanjian

Adapun maksud dari itikad baik adalah adanya kemauan secara sadar dan niatan untuk memenuhi dan melaksanakan isi perjanjian dengan sebaik-baiknya. Jadi makna beritikad baik disini dalam arti sempit karena hanya mengkaitkan dengan kemauan secara sadar dan penuh tanggung jawab para pihak dalam menepati perjanjian. Sedangkan makna itikad baik dalam arti luas yang meliputi kejujuran, tidak saling menipu, atau saling mengzalimi akan dibahas secara tersendiri.

Menghormati serta menepati perjanjian serta ikatan antar para pihak oleh Islam dipandang sebagai suatu kewajiban yang harus diutamakan, sebab dengan menghormati, menepati dan melaksanakannya akan memberikan kesan yang baik dalam bisnis dan akan mempererat tali silaturahmi yang mendatangkan kedamaian dan kesejahteraan. Ada sebuah pepatah Arab yang artinya :” Barang siapa yang bermuamalah dengan orang lain dan tidak berlaku aniaya, jikalau berbicara tersebut tidak berdusta dan jika berjanji tidak mengingkari, maka jelaslah orang tersebut memiliki kejiwaan yang sempurna, nyata pula keadilannya dan haruslah dipererat

persaudaraannya”. (Sayid Sahih, 1993,279).

Allah SWT telah memerintahkan agar janji itu ditepati baik yang bersifat *hublubinanas* maupun *hublubinullah*. Sebagaimana Firman Allah dalam Surat Al Maidah ayat 1 yang artinya : “ Hai sekalian orang yang beriman, tepatilah janji”. Menganggap ringan pada sesuatu perjanjian, tidak menepati apa yang telah dijanjikan adalah suatu dosa besar yang pasti menyebabkan kebencian dan kemarahan . Allah telah berfirman : “Hai orang-orang yang beriman, mengapa kamu mengucapkan sesuatu yang tidak kamu lakukan, besar benar dosanya di sisi Allah kalau kamu mengucapkan apa-apa yang tidak kamu jalankan itu”. (Qs. Al Munafiqun 1-2). Sebab setiap manusia akan dimintai pertanggungjawabannya di hadapan Allah nanti dan mengenai janji tersebut, sebagaimana firman Allah : “ Penuhilah janji itu, sebab janji itu akan ditanyakan “. (Qs Al Isro’ 34) dan Hadits rasulluah yang diriwayatkan Hakim yang dikuatkan oleh Dzahabi : “Sesungguhnya berbuat baik dalam menepati janji itu termasuk sebagian dari iman.“ Sedangkan jika menepati janji maka hadiahnya adalah surga.

Dari uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa Islam bahwa pemenuhan janji adalah hal yang

sangat penting, untuk kemaslahatan bersama, dan pemenuhan perjanjian yang telah disepakati, merupakan implementasi perbuatan yang beritikad baik.

Dalam undang-undang perlindungan konsumen, ketentuan yang berkaitan dengan itikad yang baik dari para pihak dengan tujuan untuk memberikan perlindungan baik konsumen maupun pelaku usaha, dapat dilihat dalam pasal 5 huruf b : “Kewajiban konsumen adalah **beritikad baik** dalam melaksanakan transaksi pembelian barang maupun jasa.” Pasal 6 huruf a: “Kewajiban pelaku usaha adalah **beritikad baik** dalam melakukan kegiatan usahanya”. Meskipun demikian itikad baik dari para pihak juga dapat dilihat lebih lanjut dalam pasal yang mengatur tentang pelaksanaan hak serta kewajiban dari konsumen terutama yang ditujukan bagi pelaku usaha, karena banyak ketentuan yang harus dipenuhi baik berupa perintah, larangan maupun sanksi, jika pelaku usaha itu tidak melaksanakan apa yang diamanatkan oleh aturan tersebut. Misalnya pasal 4,7,9,10,11,12,13,14,16,17.

Jadi jelas sekali bahwa undang-undang perlindungan konsumen tersebut tidak semata-mata melindungi terutama kepada konsumen tetapi juga kepentingan pelaku usaha .

3. Tidak Boleh Dengan Cara Yang Bathil

Artinya bahwa kegiatan jual beli tersebut para pihak dilarang melakukan dengan cara-cara yang bathil, sebagaimana yang diatur dalam Surat An Nisa ayat 29 yang artinya : “ Hai orang-orang yang beriman janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan jalan bathil kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku suka sama suka diantara kamu”.

Dengan demikian Islam secara tegas melarang cara-cara bathil dalam kegiatan transaksi. Adapun yang dimaksud dengan cara-cara bathil disini adalah yang mengandung unsur tidak jujur (*gharar*), penipuan (*tadlis*), Riba rekayasa permintaan (*bai'najaty*), rekayasa supply (*ikhhtitakar*), merugikan serta mengelabui pihak lain (*dharar*) dan tidak transparan (*jahalah*), yang bertujuan untuk menguntungkan satu pihak saja. Bathil disini juga dapat diartikan upaya perampasan, mengambil tanpa seijin pemiliknya, mengelabui mata, suap menyuap.

Dan hal inilah yang akan menyapakan sendi-sendi ahlak yang luhur dan dapat menyebabkan kerugian dan kesengsaraan bagi orang lain. Hadits nabi yang melarang transaksi jenis ini telah di riwayatkan oleh Abu Hurairah yang artinya : “Dari Abu Hurairah, ia berkata Rasulullah SAW melarang mengenai

jual beli lemparan dan jual beli yang mengandung kesamaran.”.

Berdasarkan hadits diatas maka transaksi yang mengandung unsur ketidak jelasan yang bertujuan untuk mengelabui demi mendapatkan keuntungan tidak dibenarkan oleh Islam. Jual beli yang demikian ini disebut *Bau'al ghoror*, meskipun dalam perjanjian telah disepakati oleh para pihak.

Islam secara tegas memberikan patokan bahwa bagi para pihak yang terkait dalam kegiatan perniagaan dan perdagangan harus menjunjung tinggi sifat jujur, dan tidak boleh menipu salah satu pihak untuk mendapatkan keuntungan yang besar dengan cara merugikan orang lainnya, karena hal ini berarti mendhalimi orang lain. Dari Abi Sa'id Sa'ad bin Malik bin Sinaan Al Khuri ra bawasanya Rasulullah telah bersabda :” Janganlah engkau saling memudhorotkan (merugikan, menyusahkan, menyempitkan).”

Ketentuan ini menjadi jelas jika disejajarkan dengan pesan dari Surat An Anfal ayat 58 yang artinya :” Dan jika kamu mengetahui penghianatan dari suatu golongan, maka kembalikanlah perjanjian itu kepada mereka dengan cara yang jujur karena sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang khianat”. Kemudian Surat An Hud ayat 85 dan surat Al Mutaffifin ayat 1-5, Allah memerintahkan agar bertindak jujur mengenai kadar timbangan dan

ukuran yang diperjualbelikan. Sementara dari Abu Hurairah Rasulullah telah bersabda :” Janganlah kamu sekalian satu sama lain hsiust menghasut, tipu menipu, benci membenci, jauh menjauhi dan janganlah (merebut) membeli/menjual barang yang sedang hendak dibeli/dijual oleh orang lain. Dan jadilah engkau sekalian hamba-hamba Allah yang bersaudara, seorang muslim itu adalah saudara bagi muslim yang lain, tidak boleh ia mengdholimi, engan membela dan mendustainya.”

Transaksi yang didasarkan pada unsur judi, meskipun perjanjian tersebut telah disepakati, akan tetapi hukumnya transaksi tersebut dinilai batal. Sebagaimana firman Allah dalam surat Al Maidah ayat 90 : “Hai orang-orang yang beriman sesungguhnya khamer, berjudi, berkorban demi berhala, undi nasib dengan panah adalah perbuatan keji termasuk perbuatan setan, karena itu jauhilah perbuatan itu agar kamu mendapat keuntungan sukses.” Bahkan hadits nabi yang mengatakan bahwa :”Pedagang yang jujur berada beserta para nabi, para *shiddiqiin* (orang-orang yang sholeh) para *syuhada*, dan orang-orang yang sholeh. (Ahmad Najieh, 1994, 16).

Dari uraian diatas maka Islam melarang cara bertransaksi yang dilakukan dengan cara-cara bathil

seperti diatas, demi untuk meraih keuntungan salah satu pihak saja, karena Islam telah memberikan rambu-rambu tegas semata-mata demi kepentingan para pihak secara seimbang. Adapun pedagang yang jujur adalah pedagang yang mau menerangkan kepada pembeli yang sebenarnya, kalau ada cacat maka ditunjukan cacatnya, kalau ada yang sudah menawar, katakan sudah ada berikut harga penawarannya demikian pula sebaliknya serta tidak mengambil laba yang terlalu tinggi sehingga merugikan konsumen.

Dalam Undang-undang perlindungan konsumen banyak sekali ketentuan yang mengatur kejujuran baik dari pihak konsumen dan terutama ditujukan kepada pelaku usaha baik yang secara lugas maupun tersirat. Kejujuran pelaku usaha adalah merupakan hal yang penting dan strategis dalam rangka menjaga kredibilitas dan eksistensinya dalam berbisnis. Adapun ketentuan yang berkaitan dengan kejujuran antara lain; pasal 4 huruf c : “Hak konsumen atas informasi yang **benar, jelas dan jujur** mengenai kondisi barang dan jaminan barang dan / jasa.” Pasal 4 huruf g : “Hak konsumen untuk diperlakukan atau dilayani secara **benar dan jujur** serta tidak diskriminatif.” Pasal 7 huruf b :” Kewajiban pelaku usaha adalah memberikan informasi yang **benar,**

jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan”. Pasal 7 huruf c : “ Kewajiban pelaku usaha untuk memperlakukan dan melayani konsumen secara **benar dan jujur** serta tidak diskriminatif.” Pasal 7 huruf e :” Kewajiban pelaku usaha untuk **memberi kesempatan** kepada konsumen untuk menguji dan mencoba barang /jasa tertentu serta memberi jaminan dan /garansi atas barang/jasa yang diperjual belikan.” Sedangkan kejujuran yang diwajibkan kepada pelaku usaha dapat dilihat juga dalam pasal 8 tentang perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha (4 ayat) misalnya ayat 2 :” Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar tanpa **memberikan informasi secara lengkap dan benar** atau barang yang dimaksud.” Dan ketentuan lain yang mengedepankan aspek kejujuran produsen dapat dilihat dalam pasal 9 (3 ayat), pasal 10, pasal 11, pasal 12, pasal 13, pasal 14, pasal 16, pasal 17 (2 ayat), pasal 18, pasal 19.

4. Produk Atau Objek Transaksi Yang Ditawarkan Jelas Adanya

Berdasarkan pada hadits yang telah disebutkan pada point 3 (tiga), jual beli yang mengandung “kesamaran atau ketidakjelasan baik yang dibuat oleh satu pihak dengan maksud untuk mengelabui ataupun tidak, jual beli

itu disebut dengan *ba’ul ghoror*, juga termasuk yang dilarang oleh Islam, meskipun dalam perjanjian sudah ada kesepakatan bahwa mereka setuju, karena ada kesamaran atau maksud akan mengelabui. Kesamaran atau ketidakjelasan (*taghrir*) disini terutama berkaitan dengan kuantitas, kualitas, harga dan waktu penyerahannya. Adapun yang dimaksud dengan jumlah tertentu dan jumlah yang cukup adalah jumlah yang memadai sesuai dengan antisipasi permintaan konsumen.

Dalam undang-undang perlindungan konsumen dalam kaitannya dengan prinsip bahwa produk yang ditawarkan jelas adanya baik berkaitan dengan barang/ jasa yang bersangkutan, harga, kualitas, kuantitas, kondisi, jaminan dan lain sebagainya, telah diatur dalam pasal 10 :”Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan **dilarang** menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan **yang tidak benar atau menyesatkan** mengenai : **harga atau tariff** suatu barang dan atau jasa, **kegunaan** suatu barang dan atau jasa, **kondisi, tanggungan, jaminan hak** atau **ganti rugi** atas suatu barang dan atau jasa, **tawaran potongan harga** atau **hadiah** menarik yang ditawarkan dan bahaya penggunaan barang dan atau jasa.” Sedangkan Pasal 12 mengatakan bahwa “Pelaku usaha **dilarang** menawarkan,

mempromosikan atau mengiklankan suatu barang dan jasa dengan **harga atau tarif khusus** dalam **waktu dan jumlah tertentu**, jika dia tidak bermaksud untuk melaksanakannya sesuai dengan waktu dan jumlah yang ditawarkan, dipromosikan atau diiklankan”. Pasal 16 mengatakan “Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan atau jasa melalui pesanan dilarang untuk : Tidak menepati **pesanan dan atau kesepakatan waktu** penyelesaian sesuai dengan yang dijanjikan dan tidak menepati janji atas suatu pelayanan dan atau prestasi.” Hal senada juga dapat dilihat dalam pasal 11, 13, 14,17 dan 18.

5. Diperbolehkan Mengembalikan Barang Jika Ada Cacat

Islam sangat “*jlimet*” dalam membedakan antara yang benar dan yang salah (jahat), yang *ma'ruf* dan yang *munkar* dalam segala hal, demikian juga dalam kegiatan perdagangan, dengan tujuan semata-mata untuk kepentingan bersama para pihak.

Oleh karena itu, jika dalam transaksi (ikut menjadi kausul perjanjian jual beli), ternyata barang tersebut ada cacat yang tersembunyi maupun tidak sesuai dengan pesanan atau kesepakatan baik mengenai jumlah, mutu, harga dan lain sebagainya dan baru diketahui di

belakang hari, maka Islam juga mengenalkan prinsip bahwa produk tersebut dapat dikembalikan untuk mendapatkan penggantinya yang dimaksud. Hal ini telah dicontohkan Ketika Nabi Muhammad berdagang dan membeli sekantong gandum di pasar, yang diluarnya tampak bagus, akan tetapi ketika tangannya dimasukkan ternyata mutunya jelek karena telah diperjanjikan sebelumnya maka Nabi mengembalikannya dan memperoleh pengganti seperti hasil kesepakatan sebelumnya. Kiranya prinsip tersebut tidak semata-mata untuk melindungi konsumen juga justru kepentingan produsen tersebut untuk menjaga eksistensi bisnisnya.

Undang-undang perlindungan konsumen juga sudah memberikan “tempat” bagi prinsip tersebut untuk melindungi kepentingan para pihak antara lain pasal 4 huruf h mengatakan : “Konsumen berhak untuk mendapatkan **kompensasi ganti rugi** dan atau **penggantian**, apabila barang dan atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau sebagaimana mestinya”. Pasal 7 huruf f : “ Pelaku usaha berkewajiban untuk memberi **kompensasi, ganti rugi dan atau penggantian atas kerugian** akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang atau jasa yang diperdagangkan.” Pasal 7 huruf g :”Pelaku usaha berkewajiban untuk

memberi **kompensasi ganti rugi dan atau penggantian** apabila barang atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.” Pasal 18 ayat 1:” Pelaku usaha dalam menawarkan barang atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang membuat atau mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan atau perjanjian apabila : huruf a : “ Menyatakan **peralihan tanggung jawab** pelaku usaha.” Huruf b yaitu “ Dia berhak **menolak penyerahan kembali** barang- barang yang dibeli konsumen.” Huruf c yaitu “ Dia berhak **menolak penyerahan kembali usang** yang dibayarkan atas barang atau jasa yang dibeli oleh konsumen.” Pasal 19 ayat 1 yaitu “Pelaku usaha bertanggung jawab **memberikan ganti rugi** atas kerusakan, pencemaran dan atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.” Sedangkan apabila prosuden menolak untuk memenuhi atau **memberi ganti rugi** atas tuntutan konsumen sebagaimana yang diatur dalam pasal 19 ayat 1, ayat 2, ayat 3 dan ayat 4 maka berdasarkan pasal 23 dapat digugat melalui badan penyelesaian sengketa konsumen atau mengajukan ke badan peradilan di tempat kedudukan konsumen.” Sementara itu pasal 25 ayat 1 mengatakan bahwa “Bagi pelaku usaha yang memperdagangkan

produksi yang pemanfaatannya berkelanjutan dalam batas waktu sekurang-kurangnya 1 (satu) tahun wajib menyediakan suku cadang atau fasilitas purna jual dan wajib memenuhi jaminan atau garansi sesuai dengan yang diperjanjikan, “ Jika tidak memenuhi pasal 25 ayat 1, maka berdasarkan ayat 2 maka “ Pelaku usaha bertanggung jawab **atas tuntutan ganti rugi atau gugatan** konsumen.”

6. Produk Dalam Transaksi Halal

Islam sebenarnya telah membuat rambu-rambu dalam lalu lintas kegiatan perekonomian termasuk dalam jual beli, bahwa transaksi jual beli tidak hanya mensyaratkan cara-cara yang dilakukan dalam proses tersebut halal atau tidak bertentangan dengan cara yang dilarang oleh Islam seperti monopoli, menipu, berjudi dan lain sebagainya, akan tetapi juga objek dalam transaksi juga halal.

Kehalalan dalam proses transaksi maupun objek transaksi sangat penting bagi kaum muslim, sebab hal tersebut mempunyai peran penting dalam hal diterima atau tidaknya amal ibadah yang dilakukannya di hadapan Allah SWT. Apabila yang kita konsumsi atau menggunakan sesuatu yang suci dan halal, maka amal ibadah kita diterima oleh Allah. Sebaliknya, jika haram atau tidak suci, maka konsekuensinya amal ibadah kita pasti ditolak-Nya, sebagaimana hadits yang riwayatkan

oleh Imam Muslim, di kutip dari Abi Hurairah r.a telah berkata: “Telah bersabda Rasulullah s.a.w. :” Sesungguhnya Allah itu baik, tidak menerima sesuatu kecuali yang baik. Dan sesungguhnya Allah telah memerintahkan kepada orang-orang mu'min (serupa) dengan apa yang diperintahkan kepada rasul-rasul ! Makanlah dari segala sesuatu yang baik, dan bekerjalah kamu dengan pekerjaan yang baik”. Kemudian beliau menceritakan seorang laki-laki yang telah jauh perjalanannya, berambut kusut penuh dengan debu. Dia menadahkan kedua tangannya ke langit dan berkata : Wahai Tuhan, Wahai Tuhan, sedangkan makanannya haram, minumannya haram, pakaiannya haram dan dikenyangkan dengan barang haram, maka bagaimana ia kan diterima permintaannya ? (Aminah Abd Dahlan,1995, 22).

Kiranya untuk mengakomodasi kepentingan umat muslim di Indonesia yang merupakan jumlah mayoritas tanpa bermaksud untuk perilaku yang diskriminatif serta SARA, maka undang-undang perlindungan konsumen telah memberikan aturan main bahwa di dalam kegiatan bisnis yang kian mengoblal tersebut tidak saja cara-cara dalam proses transaksi jual beli saja yang “sejalan dan senapas” dengan ajaran Islam, melainkan juga

objek dari transaksi tersebut juga harus halal. Pasal 8 ayat 1 huruf h mengatakan bahwa “ Pelaku usaha dilarang memproduksi dan atau memperdagangkan barang atau jasa yang tidak mengikuti ketentuan **berproduksi secara halal**, sebagaimana pernyataan **halal** yang dicantumkan dalam label”. Jika ada indikasi pelaku usaha melanggarnya maka berdasarkan pasal 8 ayat 4 maka “ Pelaku usaha yang melangkukan pelanggaran pada ayat 1 dan 2 dilarang mempergunakan barang atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.”

D. Kesimpulan

Dari uraian tersebut diatas, maka dapat disimpulkan bahwa ternyata prinsip-prinsip warisan spritualitas Islam terakomodir dengan baik dalam tekstulitas Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia, n konsumen sebagaimana diatur dalam Undag-undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen. Hal ini juga merupakan bukti bahwa prinsip-prinsip perlindungan konsumen yang Islami, yang senantiasa mengedepankan nilai-nilai moral dan keadilan bagi kedua belah pihak baik konsumen maupun pelaku usaha bersifat sangat universal tidak terikat oleh ruang, tempat dan waktu tertentu.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Najieh, *101 Hadits Budi Luhur*, Pustaka Amani, Jakarta, 1994.
- Aminah Abd Dahlan, *Hadits, Arbain Annawawiyah (dalam Tarjamah Bahasa Indonesia)*, Al Ma'arif, Surabaya, 1995.
- Erman Rajaguguk, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Mandar Maju, Bandung, 1999
- Husni Syawali, *Ayat-Ayat Hukum dan Tafsir (Uraian Perintah-Perintah Dalam Al Quran)*, Diponegoro, Bandung, 2000.
- Muhammad Al Madani, *Islam Jalan Tengah*, Al Ma'arif, Surabaya, 1997.
- Nurmardjito, *Kesiapan Perangkat Perundang-Undangan Tentang Perlindungan Konsumen Di Indonesia*, Mandar Maju, Bandung, 2000
- Sacipto Raharjo, *Ilmu Hukum*, Alumni, Bandung, 1994
- Sayid Sabiq, *Unsur-Unsur Kekekuatan Dalam Islam*, Pustaka Pelajar, Jakarta, 1993.
- Sayid Sahih, *Kembali Kepada Al Quran dan As Sunnah*, Bulan Bintang, Jakarta, 1991.
- Sri Redjeki Hartono, *Aspek-Aspek Hukum Perlindungan Konsumen*, Makalah Seminar UNDIP, Semarang, 2000
- Sudikno Merto Kusuma, *Mengenal Hukum (Suatu Pengantar)* Liberty, Yogyakarta, 1993).
- TM. Hasbi Ash Shiddieqy, *Fiqh Muamalah*, Jakarta, 1997