

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Perlindungan Hukum

1. Pengertian Perlindungan Hukum

Secara umum, perlindungan berarti melindungi sesuatu dari hal-hal berbahaya, sesuatu itu bisa dalam bentuk minat atau benda atau barang. Selain itu, perlindungan juga mengandung arti perlindungan yang diberikan oleh seseorang terhadap seseorang yang lebih lemah. Perlindungan hukum dapat diartikan sebagai semua upaya pemerintah untuk memastikan kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada warganya sehingga hak-hak mereka sebagai warga negara tidak dilanggar, dan jika mereka yang melanggar akan dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Menurut Satjipto Rahardjo perlindungan hukum adalah upaya untuk melindungi kepentingan seseorang dengan memberikan wewenang untuk bertindak sesuai dengan kepentingannya. Selanjutnya menurut Philipus M. Hadjon perlindungan hukum didefinisikan sebagai upaya untuk melindungi atau memberikan bantuan kepada seseorang yang memiliki instrument hukum. Jika anda melihat pemahaman tentang perlindungan hukum diatas, maka dapat diketahui unsur-unsur perlindungan hukum yaitu subyek, obyek, instrumen dan upaya yang digunakan untuk mencapai perlindungan.²⁹

²⁹ Philipus M. Hadjon dkk, *Pengantar Hukum Administrasi Indonesia*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2011) hlm. 10

Perlindungan hukum adalah perlindungan martabat dan pengakuan hak asasi yang dimiliki oleh subyek hukum berdasarkan dengan ketentuan hukum kesewenang-wenangan. Suatu perlindungan dapat dikatakan sebagai perlindungan hukum jika mengandung unsur-unsur berikut:

- a) Adanya perlindungan dari pemerintah untuk warganya.
- b) Kepastian hukum terjamin.
- c) Berkaitan dengan hak-hak warga Negara.
- d) Ada sanksi bagi mereka yang melanggarnya.³⁰

Dari beberapa konsep perlindungan hukum diatas dapat disimpulkan bahwa perlindungan hukum adalah upaya untuk melindungi kepentingan individu atas posisinya sebagai seseorang yang memiliki hak untuk menikmati martabatnya dengan memberinya wewenangan untuk melepaskan kepentingannya.

2. Pengertian Perlindungan Konsumen

AZ. Nasution memberikan batasan pada hukuman perlindungan konsumen yaitu asas-asas dan aturan hukum yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah mereka dengan para pelaku usaha. Dengan demikian Undang-Undang Perlindungan Konsumen digunakan jika konsumen dengan pelaku usaha menjalin suatu hubungan hukum, kemudian masalah timbul dari situasi kedudukan yang tidak seimbang.

³⁰ Satjipto Raharjo, *Penyelenggaraan Keadilan dalam Masyarakat yang Sedang Berubah*, (Jurnal Masalah Hukum, 1999) hlm. 96

Berdasarkan Undang-Undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen menyatakan bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin kepastian hukum untuk memberikan perlindungan bagi konsumen. Ini berarti bahwa pemerintah memberikan kepastian hukum kepada konsumen sehubungan dengan melindungi hak dan kepentingan mereka, meskipun UU Perlindungan Konsumen bertujuan untuk melindungi kepentingan konsumen bukan berarti mengabaikan kepentingan pelaku usaha yang memiliki peran penting dalam dunia perdagangan dan memenuhi kebutuhan masyarakat.³¹

Istilah perlindungan konsumen telah menggambarkan suatu bentuk perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam upaya memenuhi kebutuhan mereka dari hal-hal yang dapat merugikan konsumen itu sendiri.³² Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam pasal 1 ayat 1 menyatakan bahwa Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin kepastian hukum dalam memberikan perlindungan terhadap konsumen. Perlindungan konsumen juga memiliki cakupan yang sangat luas diantaranya yaitu perlindungan konsumen terhadap barang dan jasa, yang dimulai dari cara memperoleh barang dan jasa sampai konsekuensi dari penggunaan barang dan jasa tersebut.

³¹ Az Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, (Jakarta: Diadit Media, 2006) hlm. 4

³² Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2013) hlm. 21

Al-Qur'an Surat Al-Falaq ayat 1-5 yaitu:

قُلْ أَعُوذُ بِرَبِّ الْفَلَقِ، مِنْ شَرِّ مَا خَلَقَ، وَمِنْ شَرِّ غَاسِقٍ إِذَا وَقَبَ، وَمِنْ شَرِّ النَّفَّاثَاتِ فِي الْعُقَدِ، وَمِنْ شَرِّ
حَا سِيدٍ إِذَا حَسَدَ،

“Katakanlah, bahwa saya mencari perlindungan kepada tuhan yang menguasai waktu subuh. Dari kejahatan makhluk yang diciptakan-Nya. Dan dari kejahatan malam apabila telah datang. Dan dari kejahatan para wanita penthir yang menghembuskan pada buhul-buhul. Dan dari kejahatan orang yang dengki”.

Bahwa Allah telah menyuruh untuk selalu memohon perlindungan dari suatu kejahatan dan keburukan yang samar sekaligus dapat mengajarkan kepada sesama manusia, seperti yang sudah tercantum dalam isi surat Al-Falaq. Dengan demikian penjelasan dari isi surat tersebut bisa digunakan sebagai acuan perlindungan konsumen secara keseluruhan.

B. Konsumen

1. Pengertian Konsumen

Konsumen adalah setiap pengguna barang dan jasa yang tersedia di masyarakat, baik untuk kepentingan mereka sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lainnya dan bukan untuk perdagangan.³³ Konsumen secara harfiah memiliki pengertian sebagai pengguna barang dan jasa yang diproduksi oleh produsen, sedangkan produsen didefinisikan sebagai produsen barang dan jasa yang dikonsumsi oleh pihak lain atau orang lain. Kata konsumen berasal dari bahasa Belanda, yaitu *konsumen*, yang disetujui oleh

³³ Pasal 1 angka 2 Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

para ahli hukum sebagai pengguna terakhir barang dan jasa (*uitenindelijk gebruiker van gorden en diesten*) yang mereka serahkan kepada pengusaha (*ondernemer*), sehingga mereka yang telah mengkonsumsinya untuk dijual kembali (*pengguna perantara*) tidak termasuk kedalam kelompok yang dikategorikan sebagai konsumen.³⁴ Perlindungan konsumen mendapatkan perhatian global mengingat dalam resolusi PBB No. 39/248 yang menyatakan:

“*Considering interests and consumers in all countries, especially in developing countries, recognizing that consumers often face imbalances in terms of economy, education level, and bargaining power*”. (Menarik untuk dicatat dari konsumen di semua negara, terutama di negara-negara berkembang, mengingat bahwa konsumen sering menghadapi ketidakseimbangan ekonomi, tingkat pendidikan, dan daya tawar).

Berdasarkan fanatik dalam *European Economic Community Directive* yang mempromosikan konsep *Liability Without Fault*, dapat dilihat bahwa pemahaman konsumen diarahkan kepada seseorang yang menderita kerugian, baik kehidupan, kesehatan dan properti, karena penggunaan produk yang cacat untuk kebutuhan pribadinya. Untuk kerugian yang diderita, konsumen dapat meminta kompensasi. Jadi dalam hal ini pengertian konsumen khusus hanya ditujukan untuk pengguna produk cacat untuk keperluan pribadi.³⁵

³⁴ Mariam Darus Badruszaman, *Perlindungan Konsumen dilihat dari Sudut Perjanjian Baku*, (Jakarta: Bina Cipta, 1986) hlm. 17

³⁵ Agus Brotosusilo, *Hak-Hak Produsen dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, dalam *Majalah Hukum dan Pembangunan*, edisi Oktober, (Jakarta: Fakultas Hukum UI, 1982)

Selain itu ada tiga definisi konsumen yang ingin mendapatkan perlindungan, diantaranya yaitu sebagai berikut:

- a) Konsumen secara umum dapat diartikan sebagai pemakai, pengguna dan pemanfaat barang dan jasa untuk tujuan tertentu.
- b) Konsumen menengah dapat diartikan sebagai pemakai, pengguna dan pemanfaat barang dan jasa untuk memproduksi barang dan jasa sehingga dapat diperdagangkan untuk tujuan komersial. Konsumen ini sama dengan pelaku bisnis.
- c) Konsumen akhir adalah pemakai, pengguna dan pemanfaat barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri, keluarga mereka atau rumah tangga mereka dan tidak untuk diperdagangkan lagi.³⁶

Dengan demikian ada beberapa hak-hak konsumen sebagaimana ditentukan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah sebagai berikut:

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.
- b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa dan untuk mendapatkan barang dan/atau jasa sesuai dengan nilai tukar dengan syarat dan jaminan yang dijanjikan.

³⁶ N.H.T Siahaan, *Hukum Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*, (Bogor: Grafika Mardi Yuana, 2005) hlm. 23

- c. Hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas dan jujur tentang kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
- d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhan tentang barang dan/atau layanan yang digunakan.
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya untuk menyelesaikan sengketa perlindungan konsumen dengan benar.
- f. Hak atas pendidikan dan bimbingan konsumen.
- g. Hak untuk mendapatkan perlakuan atau pelayanan dengan benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- h. Hak untuk menerima kompensasi atau ganti rugi, jika barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana dimaksud.³⁷

Kewajiban konsumen diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menyatakan, kewajiban konsumen adalah:

- a. Baca dan ikuti petunjuk dan prosedur untuk menggunakan informasi atau menggunakan barang dan/atau jasa, untuk keamanan dan keselamatan.
- b. Memiliki itikad baik dalam melakukan transaksi untuk pembelian barang dan/atau jasa.
- c. Bayar sesuai dengan nilai tukar yang telah disepakati.
- d. Ikuti upaya untuk menyelesaikan sengketa perlindungan konsumen dengan benar.³⁸

³⁷ Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999

2. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Asa-asas perlindungan konsumen yang telah diatur dalam undang-undang menyatakan bahwa setiap perlindungan konsumen didasarkan pada *Asas Manfaat*, dimaksudkan untuk memastikan bahwa semua upaya dalam implementasi perlindungan konsumen harus memberikan manfaat maksimal untuk kepentingan konsumen dan bisnis secara keseluruhan.

Asas Keadilan, dimaksudkan supaya partisipasi semua orang dapat dicapai semaksimal mungkin dan bisa memberikan peluang bagi konsumen dan perusahaan untuk mendapatkan hak-hak mereka.

Asas Keseimbangan, dimaksudkan supaya bisa memberikan keseimbangan antara kepentingan hak dan kewajiban konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti fisik dan spiritual.

Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen, dimaksudkan supaya konsumen dalam pemakaian, penggunaan dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan mendapatkan jaminan keamanan dan keselamatan.

Asas Kepastian Hukum, ditujukan kepada pelaku usaha dan konsumen untuk mematuhi hukum dan mendapatkan keadilan dalam menerapkan perlindungan konsumen serta menjamin kepastian hukum.³⁹

³⁸ Pasal 5 Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999

³⁹ Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999

Selanjutnya dalam Pasal 3 undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen secara tegas menyatakan bahwa tujuan dari perlindungan konsumen yaitu sebagai berikut:

1. Meningkatkan kesadaran konsumen, kemampuan dan kemandirian untuk melindungi dirinya sendiri.
2. Meningkatkan martabat konsumen dengan menghindari akses negatif untuk pengguna barang dan jasa.
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, mendefinisikan dan mengeklaim hak-hak mereka sebagai konsumen.
4. Membangun sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsure kepastian hukum dan pengungkapan informasi dan akses ke informasi.
5. Tingkatkan kesadaran pelaku usaha tentang pentingnya perlindungan konsumen sehingga merupakan sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam melakukan bisnis.
6. Meningkatkan kualitas barang dan jasa yang memastikan kelangsungan bisnis untuk menghasilkan barang dan jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen.⁴⁰

Berdasarkan dengan tujuan yang telah disebutkan diatas dapat disimpulkan bahwa undang-undang perlindungan konsumen memiliki tugas besar yaitu untuk menciptakan negara dan kehidupan negara yang adil dan

⁴⁰ Pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999

makmur sebagaimana diamanatkan dalam pembukaan UUD 1945. Jadi tujuan dari perlindungan konsumen ini meruoakan tujuan akhir yang harus dicapai.

C. Pelaku Usaha

1) Pengertian Pelaku Usaha

Istilah pelaku usaha merupakan definisi yuridis dari istilah produsen. Pengertian pelaku usaha menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen yaitu pelaku usaha baik secara individu atau badan usaha baik dalam bentuk badan hukum yang didirikan dan berkedudukan untuk melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia baik secara individu maupun bersama-sama melalui suatu perjanjian yang mengatur kegiatan bisnis diberbagai bidang ekonomi.⁴¹

2) Pengertian Pelaku Usaha Periklanan

Pelaku periklanan yaitu suatu perusahaan yang menjual jasa periklanan untuk barang dan jasa. Pelaku komersil dapat menggunakan layanan dari pelaku periklanan dalam hal membuat iklan komoditas yang telah diproduksi oleh pelaku usaha. Pelaku periklanan akan membuat iklan sesuai dengan permintaan dari pengusaha untuk ditampilkan dimedia periklanan. Pelaku usaha periklanan juga bertindak sebagai perantara antara pelaku komersil dan media periklanan, dimana iklan yang dibuat oleh pelaku usaha dibidang periklanan akan ditampilkan melalui media. Jadi selain menjadikan pelaku usaha sebagai pengiklan komersil yang sesuai dengan

⁴¹ Pasal 1 ayat 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999

permintaan perusahaan tetapi mereka juga bisa membuat iklan untuk ditampilkan melalui media, sehingga konsumen dapat menerima iklan tersebut.⁴²

3) Larangan Bagi Pelaku Usaha

Secara eksplisit Undang-Undang Perlindungan Konsumen telah menyebutkan tindakan yang dilarang oleh pelaku usaha dari menjalankan bisnis mereka. Pengaturan tersebut dimaksudkan untuk suatu tindakan yang tidak dapat dilakukan oleh pelaku usaha dalam pendistribusian dan produksi barang dan jasa, sehingga pelaku komersial tidak dapat melakukan hal-hal yang melanggar hak-hak yang seharusnya diperoleh konsumen dan bahkan cenderung merugikan konsumen. Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen bahwa setiap pelaku usaha dilarang memproduksi dan memperdagangkan barang dan jasa yang :

- a) Tidak memenuhi atau mematuhi standar dan ketentuan yang diperlukan oleh Undang-Undang.
- b) Tidak sesuai mengenai berat bersih, netto dan jumlah perhitungan yang tertera dalam label atau etiket barang.
- c) Tidak sesuai mengenai takaran, ukuran dan jumlah dalam perhitungan.
- d) Tidak mematuhi persyaratan, jaminan, fitur atau efektivitas sebagaimana yang telah disebutkan dalam diskripsi barang dan jasa

⁴² Dedi Harianto, *Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Iklan yang Menyesatkan*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010) hlm. 37

- e) Tidak sesuai mengenai kualitas, komposisi, pemrosesan, gaya, status atau penggunaan seperti yang ditunjukkan pada label atau deskripsi barang dan jasa.
- f) Tidak memenuhi janji yang dibuat dalam label, etiket, deskripsi, iklan atau promosi penjualan barang dan jasa.
- g) Tidak menyebutkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan barang.
- h) Tidak mengikuti ketentuan produksi halal seperti yang dinyatakan dalam pernyataan halal pada label.
- i) Jangan member label atau menjelaskan barang dagangan yang mengandung nama barang, ukuran, berat bersih, isi, komposisi atau cara penggunaan, tanggal pembuatan, efek samping nama dan alamat perwakilan perdagangan di samping informasi lain untuk penggunaan yang harus dipasang atau dibuat sesuai dengan ketentuan.⁴³

Selain itu di dalam Pasal 10 Undang-Undang Perlindungan konsumen juga dijelaskan bahwa:

Dalam menawarkan, mempromosikan, mengiklankan barang dan jasa yang diperdagangkan oleh pelaku usaha dilarang mengandung suatu pernyataan yang salah atau menyesatkan mengenai:

- a. Harga atau tariff suatu barang dan jasa.
- b. Manfaat suatu barang dan jasa

⁴³ Pasal 8 ayat 1 Undang-Undang Perlindungan Konsumen

- c. Ketentuan, tanggungan, jaminan, hak atau kompensasi untuk suatu barang dan jasa.
- d. Penawaran menarik mengenai diskon (potongan harga) dan hadiah.
- e. Bahaya penggunaan suatu barang dan jasa.⁴⁴

4) Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia definisi tanggung jawab yaitu suatu kondisi yang diwajibkan untuk menanggung segalanya. Jadi yang dimaksud bertanggung jawab dalam kamus ini berarti suatu kondisi dimana seseorang berkewajiban untuk memikul dan menanggung tanggung jawab atas segala sesuatunya dan memberikan serta menanggung akibat dari tanggung jawab tersebut. Sesuai dengan Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen seorang pelaku usaha bertanggung jawab untuk memberikan kompensasi atas kerusakan, pencemaran nama baik dan kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang yang dihasilkan dan diperdagangkan.

Kompensasi yang dimaksud dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan jasa yang senilai atau setara, atau berupa perawatan kesehatan yang sesuai dengan ketentuan hukum dan peraturan yang berlaku. Dan kompensasi atau ganti rugi tersebut diberikan dalam tenggang waktu 7 hari setelah dilakukannya transaksi. Selanjutnya di dalam Pasal 20 juga dijelaskan bahwa setiap pelaku usaha periklanan harus bisa mempertanggungjawabkan iklan yang telah diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut. Dengan tujuan supaya setiap orang yang

⁴⁴ Undang-Undang Perlindungan Konsumen

melakukan pembuat iklan harus berhati-hati dalam pendiskripsian barang yang akan dipromosikan, selain itu supaya tidak terjadi krugian antara kedua belah pihak.

D. Iklan

1. Pengertian Iklan

Secara bahasa iklan dapat dikatan sebagai bentuk penyediaan, pengenalan dan promosi suatu barang dan jasa secara online dan offline melalui media sosial, radio, televisi, koran, majalah dan media lainnya yang mana semua itu telah dibiayai oleh pemrakarsa terkenal yang telah ditunjuk oleh publik.⁴⁵ Iklan berasal dari bahasa Prancis *reclame* yang berarti “*berteriak berulang kali*”. Periklanan adalah suatu bentuk komunikasi yang terdiri dari informasi dan gagasan tentang produk yang ditujukan kepada khalayak secara bersamaan agar mendapatkan sambutan yang baik. Iklan berupaya untuk memberikan informasi, membujuk dan menyakinkan.⁴⁶

Selain itu iklan juga dapat didefinisikan sebagai suatu pesan yang disebarkan melalui media sosial dan media massa kepada masyarakat yang bertujuan untuk menawarkan dan menyediakan produk. Bentuk komunikasi yang dapat mempengaruhi pendapatan dan dukungan publik yang bertujuan untuk memotivasi pembeli dan mempromosikan penjualan suatu produk dan jasa disebut iklan. Definisi iklan menurut tata krama dan prosedur periklanan Indonesia yaitu semua bentuk pesan suatu produk yang disampaikan melalui

⁴⁵ Kasali Rhenald, *Manajemen Periklanan*, (Jakarta: Pustaka Grafiti, 1995) hlm. 43

⁴⁶ Dendi Sudiana, *Komunikasi Periklanan Cetak*, (Bandung: Remadja Karya CV Bandung, 1986) hlm. 1

media sosial dan media massa yang didanai oleh pemrakarsa terkenal.⁴⁷

Menurut kalangan ekonomi bahwa definisi standar periklanan mengandung enam unsur yaitu:

- 1) Iklan yaitu suatu bentuk komunikasi berbayar dan tidak berbayar meskipun sangat sedikit iklan yang berbayar gratis tersebut.
- 2) Selain iklan berbayar dalam iklan juga ada proses identifikasi sponsor.
- 3) Tujuan periklanan yaitu untuk membujuk atau mempengaruhi konsumen untuk melakukan sesuatu.
- 4) Media masa digunakan periklanan sebagai penyampaian pesan kepada konsumen.
- 5) Media massa dalam periklanan dikategorikan sebagai komunikasi masal, jadi iklan bersifat secara umum bukan pribadi.
- 6) Perancangan iklan ditentukan oleh konsumen supaya isi dari iklan jelas dan lebih menarik konsumen.⁴⁸

Ada beberapa jenis iklan, yaitu:

1. Iklan nasional yaitu iklan berskala nasional di wilayah suatu Negara. Sebagian besar iklan nasional muncul pada televise atau media besar nasional dan media lainnya.
2. Iklan lokal ditayangkan pada tingkat lokal yang bertujuan mendorong konsumen untuk berbelanja dan mengunjungi toko tertentu.

⁴⁷ Alo Liliwert, *Dasar-Dasar Komunikasi Periklanan*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1992) hlm. 18

⁴⁸ *Ibid*, hlm. 30

3. Iklan primer atau selektif yaitu iklan yang terfokus menciptakan permintaan konsumen terhadap merek tertentu.
4. Iklan antar bisnis yaitu suatu iklan yang ditargetkan kepada beberapa individu yang berperan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian terhadap barang dan jasa untuk kepentingan perusahaan.
5. Iklan professional yaitu suatu iklan yang memiliki target kepada para pekerja professional diantaranya yaitu dokter, ahli teknik, pengacara dan lain sebagainya.
6. Iklan dagang yaitu iklan yang ditargetkan pada pedagang besar, distributor serta para pengecer.⁴⁹

2. Iklan Menyesatkan

Menurut kamus bahasa Indonesia kata menyesatkan berasal dari kata sesat yang berarti salah, keliru, melakukan penyimpangan dari kebenaran sedangkan kata menyesatkan menyiratkan makna yang sesat.⁵⁰ Milton Hadler menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan iklan menyesatkan (*false advertising*) yaitu suatu cara yang digunakan untuk membujuk konsumen supaya melakukan pembelian terhadap produk yang diiklankan, dan bujukan tersebut bersifat merugikan konsumen serta dibuat atas dasar penipuan dan kecurangan.⁵¹ Salah satu pelanggaran terhadap hak konsumen yang terjadi

⁴⁹ Morissan, M.A, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2010) hlm. 21

⁵⁰ Tri Kurnia Nurhayati, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Eska Media, 2005) hlm. 78

⁵¹ Milton Handler, *Bussines Tort Case and Material*, (New York: Fondation Press, 1972) hlm. 475

pada periklanan di Indonesia yaitu *decepting advertising*. *Decepting advertising* dapat dikategorikan kedalam tiga jenis yaitu:

1. *Fraudulent advertising*, merupakan iklan yang tidak dapat dipercaya. Iklan tersebut untuk saat ini sudah jara dapat ditemui, akan tetapi juga tidak menutup kemungkinan iklan yang masuk jenis ini masih ada.
2. *False advertising* telah menjelaskan bahwa manfaat dari produk atau layanan dapat terpenuhi berdasarkan syarat dan ketentuan berlaku yang tidak dijelaskan secara detail dalam iklan tersebut.
3. *Misleading advertising*, disini iklan dapat menghubungkan kepercayaan konsumen yang telah melibatkan klaim dan kepercayaan. Contohnya yaitu bahwa konsumen di Indonesia percaya bahwa memiliki gigi putih adalah bagian dari kecantikan. Kepercayaan konsumen ini digunakan oleh produsen bahwa gigi putih terkenal dengan menggunakan produk mereka, gigi akan berubah putih dalam jangka waktu 7 hari. Hal yang sama diungkapkan dalam produk lain dengan pesan yang lebih menarik, akan tetapi ada beberapa iklan lainnya di bagian pojok kiri ditambahkan tulisan yang sangat kecil jika tidak dilihat dengan teliti maka tidak akan terlihat tulisan tersebut.

Ada beberapa faktor yang harus diperhatikan didalam iklan yang menyesatkan, yaitu:

- a. Karakteristik barang dan jasa yang bersangkutan.
- b. Harga barang.

- c. Ketentuan pengiriman barang dan jasa layanan yang terlibat.
- d. Sifat, atribut dan hak-hak dari pengiklan.

Suatu pelanggaran yang terjadi dalam praktik penawaran, promosi dan periklanan semua itu harus diuji melalui proses penegakan hukum. Apakah praktik tersebut terbukti melanggar atau telah sesuai dengan norma-norma yang tercantum dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen.⁵²

Berdasarkan penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa yang dimaksud dengan iklan yang menyesatkan yaitu pemberitahuan kepada publik tentang barang dan jasa yang telah dijual oleh pelaku usaha dengan tujuan untuk menarik konsumen. Akan tetapi barang dan jasa yang telah ditawarkan, dipromosikan, disebarluaskan dan diumumkan kepada publik dalam media massa tidak sesuai dan tidak benar (sesat). Sehingga penawaran, promosi yang telah tersebar luas dapat membahayakan konsumen.

E. Maqashid Syariah

Makna dari *maqashid syariah* atau *al-maqashid al-syariah* yaitu tujuan-tujuan syariah. Maqashid syariah terbentuk dari murakkab idhafi. Secara etimologis maqashid syariah yaitu berasal dari bentuk *jama' al-taksir*,⁵³ dalam

⁵² Yusuf Shofie, *Pelanggaran dan Cara Menegakkan Hak Konsumen*, (Jakarta: PIRAC-PEG, 2001) hlm. 44

⁵³ Secara bahasa kata *jama'* berarti banyak sedangkan kata *taksir* artinya pecah. Jadi secara bahasa kata *jama'* adalah kata yang dipecah menjadi banyak. Sedangkan *Jama' al-taksir* menurut ilmu nahwu yaitu sebuah lafadz yang berubah dari bentuk mufrad-Nya.

bentuk *shighat muntaha al-jumu'*.⁵⁴ Bentuk tunggal (mufrad) dari kata tersebut adalah maqshad. Dari kata maqshad berakar pada kata-kata *qasada-yaqsidu-qasdan* yang artinya bermaksud dan inginkan. Sedangkan jata syariah berasal dari kata “*syara'a-yasyra'u-syar'an*” yang berarti membuat undang-undang, peraturan, dan hukum.⁵⁵

Menurut Thahir ibn 'Asyur dan Wahbat Mushthafa al-Zuhailiy bahwa secara terminologi maqashid syariah adalah makna (*ma'aniy*), tujuan (*ahdaf*) dan kebijaksanaan (*hikam*) yang menjadi acuan Syar'i ketika menetapkan suatu hukum. Menurut kedua tokoh diatas maqashid syariah merupakan bagian terpenting dari suatu hukum dan merupakan rahasia (*asrar*) yang terkandung di dalamnya. Dasar yang digunakan untuk melakukan ijtihad dalam rangka menegakkan hukum tidaklah berlebihan untuk menyebutkan bahwa suatu pertimbangan maqashid al-syariah sangatlah penting untuk masalah yang tidak ditemukan secara eksplisit dalam teks.⁵⁶

1. Pemikiran Maqashid syariah Al-Syatibi

Perkembangan maqasid al-shariah tidak terlepas dari jasa tiga tokoh besar yang mencurahkan segenap perhatiannya bagi kontruksi teori ini. Mereka adalah al-Ghazali, al-Syatibi, dan Muhammad al-Thahhir ibn 'Asyur. Secara implicit al-Ghazali menyatakan bahwa suatu maslahat dapat dimaknai

⁵⁴ *Shighat muntaha al-jumu'* yaitu setiap jama' taksir yang mana setelah alif taksir berisi dua huruf atau tiga huruf ditengah-tengahnya terdapat huruf sukun. Shighat muntaha jumu' termasuk kedalam jama' taksir dan juga isim ghairu munsharif. Oleh karena itu, isim yang mengikuti wazan shighat muntahal jumu' tidak boleh bertanwin. Dan ketika khafadh diakhir kalimat tidak boleh terdapat huruf kasroh kecuali ada alif lam.

⁵⁵ A.W. Munawwir, *Kamus Al-Munawwir*, (Yogyakarta: Pustaka Progresif, 1984) hlm. 711

⁵⁶ Ahmad Al-Hajj Al-Kurdi, *al-Madkhal al-Fiqh: Al-Qawaid al-Kulliyah*, (Damsyik: Dar al-Ma'arif, 1980) hlm. 186

sebagai memelihara maqasid al-shariah, maka tidak ada jalan untuk menolaknya dan wajib diikuti bahkan dapat dipastikan menjadi hujjah. Dengan bentuk semangat seperti itulah al-Ghazali dianggap sangat support terhadap nilai-nilai yang berhubungan dengan maqasid al-shariah.

Kajian suatu maqasid al-shariah dianggap mencapai puncaknya melalui salah satu pemikiran al-Syatibi yang dijelaskan dalam kitabnya *al-Muwafaqat* yang mengembangkan pendekatan analitis induktif (tahlil istiqrā'i). Bentuk kontribusi beliau yaitu "(a) membangun ushul fiqh diatas dasar-dasar maqashid al-shariah; (b) tokoh pertama yang menambahkan maqasid al-mukallaf (tujuan-tujuan dari seorang mukallaf) kedalam tema maqasid al-shariah; (c) tokoh yang emnawarkan metodologi yang dengannya tujuan-tujuan Tuhan akan diketahui secara komprehensif secara eksplisit tidak memperkenankn ijtihad sebelum menguasai maqasid al-shariah, dan lain sebagainya.⁵⁷

Maqashid syariah secara bahasa terdiri dari dua kata yaitu maqashid dan al-syariah. Maqashid adalah bentuk jamak dari maqsad yang berarti niat, target, prinsip, niat, tujuan dan tujuan akhir. Sedangkan masdar dari kata syariah yaitu syara yang artinya sumber air, jalan menuju sumber kehidupan utama. Berdasarkan pemahaman diatas al-Syatibi menyebutkan bahwa maqashid syariah dalam arti manfaat terkandung dalam aspek hukum secara keseluruhan. Yaitu jika ada masalah yang bisa dianalisis melalui maqashid syariah dapat dilihat dari ruh syariat dan tujuan umum dari agama islam.

⁵⁷ Al-Syatibi, *al-Muwafaqat fi ushul al-Syariah*, (Kairo: Mustafa Muhammad).

Menurut Al-Syatibi syariah sebenarnya bertujuan untuk merealisasikan manfaat manusia di dunia dan akhirat.⁵⁸ Teori maqashid syariah yang dikembangkan oleh al-Syatibi secara global didasarkan pada dua hal yaitu masalah *ta'li* (penentuan hukum berdasarkan illat) dan *al-mashalih wa al-mafasid* (manfaat dan kerusakan).

Seorang faqih harus mengetahui tujuan Allah SWT dalam setiap syariatnya, dijelaskan bahwa setiap perintah atau larangan fatwanya harus sesuai dengan tujuan Allah SWT sehingga tidak terjadi apa-apa yang merupakan kebutuhan manusia tetapi dihukumi sunnah atau mubah. Adapun manfaat dari maqashid syariah yaitu dapat memahami teks-teks Al-Qur'an dan Hadits beserta hukumnya secara komprehensif, dapat mentarjih dan menunjukkan salah satu pendapat fuqaha berdasarkan maqashid syariah sebagai salah satu dari standar (*murajjihat*), memahami ma'alat (pertimbangan jangka panjang) aktivitas dan kebijakan manusia dan menghubungkannya dengan sebuah ketentuan hukum.⁵⁹

Maqashid syariah dapat dikatakan sebagai jalan keluar yang mempunyai tujuan untuk menegakkan hukum yang terkandung dalam hukum. Asy-Syatibi di dalam kitabnya *al-muwaqat fii usul asy-syatibi* telah menyebutkan bahwa ada tiga tingkatan dalam merealisasikan kemaslahatan. Pertama yaitu *maqashid dharuriyyah* yang mana dalam maqashid tersebut

⁵⁸ Asafri Jaya Bakri, *Konsep Maqashid Syariah menurut Al-Syatibi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1996) hlm. 61-64

⁵⁹ Oni Sahroni dan Adiwarmanto A. Karim, *Maqashid Bisnis dan Keuangan Islam Sintesis Fiqh dan Ekonomi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015) hlm. 3

lebih mengutamakan kemashlahatan hambanya, jika maqashid tersebut tidak ada maka dapat menimbulkan suatu kerusakan. Kedua *maqashid hajjiyah* yaitu sesuatu yang dibutuhkan untuk menghilangkan kesempitan. Ketiga *maqashid tahsiniyyah* yaitu sesuatu yang diambil untuk kebaikan hidup demi menghindari kejahatan. Ketiga konsep yang disebutkan asy-syatibi tersebut saling melengkapi, sehingga dapat digunakan sebagai penegakan hukum.

Konsep dharuriyah ini meliputi lima tujuan diantaranya yaitu sebagai *hifdz ad-din* (melindungi agama), *hifdz an-nafs* (melindungi jiwa), *hifdz al-aql* (melindungi pikiran), *hifdz an-nasb* (melindungi keturunan), *hifdz al-maal* (melindungi harta).⁶⁰ Sedangkan terdapat dua cara untuk melestarikannya konsep dharuriyah yaitu *hifdzuha min nahiyati al-wujud* (menjaga hal-hal yang dapat melanggengkan keberadaannya) dan *hifdzuha min nahiyati al-'adam* (menjaga hal-hal yang dapat menghilangkannya). Para ulama klasik menjelaskan bahwa dari kelima konsep dharuriyah merupakan sebuah tujuan umum dari pembuatan syariah tersebut atau bisa disebut sebagai *usul al-syariah*.⁶¹

Para ulama klasik menyusun maqasid al-shariah dalam tingkatan yang ebrsifat piramida, yang mana dimulai dari sebuah maqasid amah sebagai pusatnya kemudian bercabang-cabang menjadi maqasid khasah dan yang terakhir yaitu maqasid juz'iyah. Kemudian dari sisi lain dimulai dengan munculnya maqasid al-dharuriyah, hajjiyah kemudian tasniyah. Mereka

⁶⁰ Al-Syatibi, *Al-Maqashid Juz II*, (Bairut: Daar Al-Kotob Al-Ilmiyah, 2004) hlm. 222

⁶¹ Al-Ghazali, *al-Mustafa min Ilmi al-Ushul*, (Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyah, 1993) hlm.

mneyusun ebrdasarkan pada perioritas jika terjadi pertentangan antara maqashid satu dengan yang lainnya, maka nanti akan diprioritaskna yang lebih kuat yang mana. Akan tetapi dari semua itu yang didahulukan yaitu penjagaan agama atas jiwa, akal dan lain sebagainya. Walaupun teori tersebut kelihatan sederhana akan tetapi apabila diaplikasikan dalam kehidupan realitasnya sangat sulit dan rumit.

Teori Maqashid syariah Asy-Syatibi menjelaskan bahwa tujuan akhir sebuah hukum yaitu masalah atau kebaikan dan kesejahteraan. Jadi teori maqashid syariah dalam implementasinya hanya dapat dilakukan oleh pemerintah dan masyarakat yang telah mengetahui dan memahami secara sadar.

2. Pemikiran Maqashid Syariah Jasser Auda

Istilah maqashid berasal dari bahasa arab yang merupakan salah satu bentuk jama dari kata mana, maksud, sasaran, prinsip, niat, tujuan, akhir tujuan, hal yang diminati atau *ends* dalam bahasa Inggris, *telos* dalam bahasa Yunani, dan *finalie* dalam bahasa Prancis atau *zweck* dalam bahasa Jerman. Adapun al-maqashid secara ilmu syariat dapat menunjukkan beberapa makna seperti *al-hadf*, *al-gard*, *al-mathlub*, ataupun *al-ghayah* dari hukum islam.⁶² Dalam hukum islam maqashid yaitu suatu tujuan atau niat dibalik hukum. Menurut banyak ahli teori hukum islam, maqashid merupakan sebuah

⁶² Jurnal Syukur Prihantoro, *Maqasid Al-Syariah salam Pandangan Jasser Auda (Sebuah Upaya Rekontruksi Hukum Islam melalui Pendekatan Sistem)*, (Aceh: At-Tafkir, 2017) hlm. 118

pernyataan alternatif masalah atau yang berarti kemaslahatan-kemaslahatan.⁶³ Disisi lain sebagian ulama muslim telah menganggap bahwa *al maqashid* sama halnya dengan al-masalih yang berarti kemaslahatan.

Seperti pendapatnya ulama pertama yang memulai mengembangkan teori *al-maqashid* yaitu Abd al-Malik al-Juwayni, ia menggunakan kata *al-maqashid* dan *al-masalih al-ammah* sebagai sesuatu yang saling menggantikan. Kemudian dari Abu Hamid al-Ghazali mengolaborasi karya al-Juwayni dengan cara mengklasifikasikan *al-maqashid* untuk memasukkannya kedalam kategori *al-masalih al-mursalah* yaitu sebuah kesepakatan lepas atau sebuah maslahat yang tidak disebut secara langsung dalam teks suci. Awal terbentuknya sebuah teori *al-Maqasid* yaitu didasari oleh beberapa definisi dan istilah yang sudah dijelaskan diatas. Dari berbagai penjelasan dan definisi yang saling berkaitan diatas setidaknya *al-maqashid al-syariah* dapat difahami sebagai tujuan dari seperangkat hukum islam untuk terbentuknya suatu keadilan dan kemaslahatan masyarakat.

Maqashid al-shariah muncul bersamaan dengan masalah baru yang tentu saja tidak ada legitimasi dari al-Quran atau hadis dan juga tidak dibahas dalam buku fiqh klasik. Permasalahan hukum islam yang muncul saat ini berbeda dengan masalah hukum yang terjadi pada masa lalu. Perbedaan yang dimaksud bisa berupa perbedaan materi hukum atau konteks hukumnya. Perbedaan tersebut dapat disebabkan oleh tempat yang jauh dari tumbuh

⁶³ Jesser Auda, *Membumikan Hukum Islam Melalui Maqashid Al-Shari'ah*, (Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2015) hlm. 32

kembangnya hukum islam, selain itu masa yang terpisah jauh dari dibukukannya fiqh klasik yang banyak menajdi pegangan. Dalam menyelesaikan masalah kontemporer kembali kepada makna harfiah yaitu sesuatu yang mustahil digunakan untuk menyelesaikan masalah.⁶⁴

Hal ini juga termasuk kedalam penerapan hukum islam yang telah dipahami oleh kebanyakan orang, yaitu suatu hukum yang berasal dari kitab fiqh klasik, sedangkan dalam buku tersebut merupakan suatu gambaran dari pernyataan mujtahid untuk menjawab permasalahan dalam waktu mereka yang terlalu lama dalam kehidupan kita saat ini. Dan kita sebagai orang yang mempunyai kesempatan untuk belajar hukum termasuk fiqh tahu bahwa hasil suatu ijthid seseorang selalu mengandung unsure ruang dan waktu.

Dengan demikian bersifat duniawi, disamping esensi universal dan esensial mereka yang sakral. Dalam merumuskan ijthid-ijthidnya para mujtahid fiqh klasik sangat berbeda dengan zaman para mujtahid fiqh kontemporer. Oleh sebab itu untuk para mujtahid fiqh kontemporer diperlukan untuk mengkaji kembali hasil-hasil ijthid para fiqh klasik dengan memasukkan kedalamnya unsure-unsure waktu dan tempat. Dengan demikian cara tersebut dapat memberlakukan hukum islam sesuai dengan segala tempat, waktu dan kondisi.⁶⁵

Dasar utama maqashid based ijthid dalam operasionalnya terdapat tiga pokok yaitu: *Pertama*, mufti atau penentuan hukumnya adalah seseorang

⁶⁴ *Ibid.*, hlm. 42

⁶⁵ Bustanul Arifin, *Pelebagaan Hukum Islam di Indonesia: Akar Sejarah, Hambatan, dan Prospeknya*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1996), hlm. 53

yang benar-benar memenuhi kualifikasi sebagai mujtahid. *Kedua*, memahami dengan jelas konteks problematika hukum yang terjadi. *Ketiga*, dalil-dalil yang dilakukan harus mu'tabar (diakui validitas dan reabilitasnya). Dalam prosesnya tiga dasar utama tersebut dapat dilakukan dengan cara tashawwur, takyif dan tahbiq. *Tashawwur* merupakan sebuah tahap pengenalan suatu hakikat permasalahan dan konteksnya dalam realita. *Takyif*, yaitu menyusun sebuah dalil-dalil yang telah dianggap benar sesuai dengan masalah-maslah baru. *Tahbiq* yaitu tahapan akhir yang digunakan sebagai penentuan hukum dengan cara memperhatikan dan mempertimbangkan kemaslahatan dari akibat hukum dan tujuan-tujuan hukum itu sendiri.⁶⁶

Jesser auda menegaskan bahwa tujuan inti dari seluruh metodologi ijtihad usul linguistik maupun rasional tanpa adanya ketergantungan kepada nama-nama dan pendekatan-pendekatannya yang beraneka ragam yaitu maqashid hukum Islam. Secara luas maqashid hukum Islam ini memiliki lebih jauh realisasi maqasidid dari sudut pandang sistem yang lebih mempertahankan keterbukaan, pembaharuan, realism dan keluwesan. Oleh karena itu tingkat validitas ijtihad apapun harus ditentukan berdasarkan dengan kualitas kebermaksudannya yang harus memenuhi tingkat realisasi maqashid al-shariah yang mereka lakukan. Demikian juga dalam menentukan tingkatan realisasi maqashid maka harus memenuhi suatu validitas hukum Islam.

⁶⁶ Mohammad Darwis, *Maqasid al-Shariah dan Pendekatan Sistem dalam Hukum Islam Perspektif Jasser Auda dalam Studi Islam Perspektif Insider/Outsider*, (Yogyakarta: IRCISOD, 2013) hlm. 387-388

Secara tradisional hukum-hukum alternative atau hasil ijtihad dapat dilakukan melalui pemeringkatan baku metode-metode ushul yang terlibat dalam ijtihad tersebut, seperti ijma', qiyas, pendapat sahabat atau pengalaman penduduk Madinah. Akan tetapi terdapat beberapa pendapat madzhab fiqh tentang peringkat metode-metode ushul. Berdasarkan analisis metode-metode yang telah digunakan oleh Jasser Auda sebagai pilihan alternative hasil-hasil ijtihad harus dilakukan berdasarkan pemenuhan maqashid tanpa memperdulikan madzhab maupun kecenderungan seorang fakih. Karena menurut Jasser Auda bahwa hasil ijtihad yang sudah mencapai maqashid harus disahkan. Jadi suatu maksud apabila berlawanan dengan maksud yang lain maka yang diambil adalah maksud yang lebih tinggi kualitasnya. Kesimpulannya proses ijtihad dapat menjadi efektif apabila suatu perse tersebut dapat merealisasikan maqashid dalam hukum Islam.⁶⁷

Jasser Auda dengan bukunya yang berjudul *Maqasid al-Shariah as Philosophy of Islamic Law: a System Approach* memiliki daya tarik tersendiri bagi penulis, karena untuk mengetahui lebih dalam terkait pemikiran dua tokoh yang memiliki concern di bidang hukum Islam dari kondisi dan waktu yang jauh berbeda. Upaya Jasser Auda dalam meneliti, mendayagunakan dan mengembangkan kembali suatu kajian al-maqasid terlihat berbeda dengan kajian sebelumnya. Karena teori kontemporer menjelaskan bahwa dari sisi prioritasnya masalah/maqasid terbagi kedalam tiga strata. Pertama, al-dlaruriyyat (primer), yakni hal-hal yang menjadi sebuah faktor penting dalam

⁶⁷ Jasser Auda, *Membumikan Hukum Islam Melalui Maqasid al-Shariah*, hlm. 316

kehidupan manusia didunia maupun diakhirat. Jika hal-hal ini tidak terwujud maka kehidupan di dunia akan timpang, kebahagiaan akhirat tak tercapai, bahkan siksaanlah yang bakal mengancam. Kemaslahatan dalam taraf ini mencakup lima prinsip universal dari pensyariaan yaitu memelihara tegaknya agama (*hifz al-din*) yang berkembang menjadi kebebasan kepercayaan dalam beragama (*kafalah al-hurriyah al diniyah*), yang berdsarkan pada ayat “*la ikraha fi al-din*” yang artinya tidak ada paksaan dalam beragama. Pelestarian keturunan (*hifz nasl*) yang berkembang menjadi sebuah kepedulian kepada keluarga bahkan sampai mengusulkan adanya sistem soal Islam Madani, dan munculnya *bina al-usrah al-shalihah* (membangun keluarga yang sholihah). Pelestarian Akal (*hifz ‘aql*) yang berkembang menjadi pengembangan pemikiran ilmiah, seperti perjalanan menuntut ilmu, menekan mentalitas unutup mengikuti segala hal dalam mencari ilmu bahkan menghindari imigrasi ahli keluar negeri dan munculnya suatu perlindungan terhadap kebebasan dalam berfikir (*hurriyah al-fikr*).

Pelestarian kehormatan (*hifz al-‘irdi*) yang berkembang menjadi pelestarian harga diri manusia untuk lebih menjaga diri sendiri dan melindungi mertabat kemanusiaan dan menjaga hak-hak asasi manusia. Selain itu Jasser Auda dalam teori ini mengusulkan supaya pendekatan berbasis maqasid terhadap isu hak-hak asasi manusia dapat mendukung deklarasi Islami hak-hak asasi manusia secara universal dan dapat memberikan pandangan bahwa Islam dapat menambah dimensi-dimensi positif baru pada hak asasi manusia. Pelestarian harta (*hifz al-maal*) berkembang menjadi

sebuah pengembangan ekonomi serta melahirkan sistem ekonomi Islam dan menekan jurang antar kelas. Para fakih atau cendikiawan muslim kontemporer mengembangkan terminology maqasid tradisional dalam bahasa masa kini yaitu meskipun ada sebuah penolakan terhadap beberapa fakih mengenai ide-ide kontemporerisasi terminology maqasid.⁶⁸

Kedua, *al-hajiyat* (sekunder) yakni suatu hal yang emnajdi kebutuhan manusia untuk menghindari segala kesempitan dan kesulitan. Jika hal-hal ini tidak terwujud maka manusia akan mengalami kesulitan dan kesempitan tanpa sampai megakibatkan kebinasaan. Dengan terepnuhinya kemaslahatan taraf semacam ini, syari' (pemegang otoritas syara' Allah dan Rosulnya) menggariskan beragam ketentuan tata laksana mu'amalah berupa jual beli, jasa persewaan, dan beberapa dispensai seperti diperbolehkannya melakukan jamak dan qasar sholat bagi seoprang musafir. Selain itu perkenaan tidak berpuasa ramadhan bagi wanita hamil dan menyusui serta orang-orang sakit, tidak adanya kewajiban sholat ektika haid dan nifas, dan diperbolehkannya mengusah (khuf) sepatu ketika berwudlu dan lain sebagainya.

Ketiga, *al-Tahsiniyyat* yakni suatu kemaslahatan yang bertujuan untuk mengakomodasikan kebiasaan dan perilaku baik serta budi pekerti luhur, seperti pensyariatan toharoh (bersuci) sebelum melakukan sholat, anjuran

⁶⁸ Jurnal Syukur Prihantoro, *Maqasid Al-Syariah salam Pandangan Jasser Auda (Sebuah Upaya Rekontruksi Hukum Islam melalui Pendekatan Sistem)*, (Aceh: At-Tafkir, 2017) hlm. 121

berpakaian dan berpenampilan rapi, pengharaman makan makanan yang tidak baik dan hal-hal serupa lainnya.⁶⁹

Ada sebagian ulama yang menambahkan mengenai jenjang *al-dlaruriyat* (keniscayaan) dengan *hifz al'irad* (menjaga kehormatan) sehingga ada enam tujuan pokok. Melestarikan kelima atau keenam hal tersebut merupakan sebuah keharusan yang tidak boleh tidak dalam keberlangsungan hidup manusia.

Dalam penelitian ini penulis lebih merujuk atau memakai teori Maqasid Syariah Jasser Auda. Karena gagasan pemikirannya terletak pada pembaharuan dan memformulasikan kembali Maqasid Syariah, yaitu dengan pergeseran paradigma dan pengembangan maqasid melalui pendekatan sistem. Perlunya sebuah maqasid syariah direkonstruksi karena adanya krisis kemanusiaan (*ajmah Insaniyyah*) dan minimnya metode (*qushur manhazhiy*) untuk menyelesaikannya. Menurut penulis gagasan maqasid syariah Jasser Auda terlihat berbeda dengan maqasid sebelumnya. Konsep *al-Irdh* (perlindungan kehormatan) berkembang menjadi pelestarian harga diri manusia dan hak-hak asasi manusia. Pendekatan tersebut menambah dimensi-dimensi baru secara universal terhadap hak-hak asasi manusia. Disisi lain konsep *hifz al-maal* (perlindungan terhadap harta) berkembang menjadi pengendalian ekonomi.

⁶⁹ *Ibid.*, hlm. 123-124

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk memberikan pemaparan secara jelas terhadap beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dan digunakan sebagai pembanding dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis saat ini.

Penelitian yang pernah ditulis oleh Rhama Wisnu Wardhana S.H dengan judul *“Perlindungan Hukum Terhadap Penyiaran Karya Siar Iklan Radio”*. Dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kerancuan dalam kepemilikan atas Hak Terkait dalam Undang-Undang No 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta Pasal 1 ayat 9 yang mana antara pelaku dan lembaga penyiaran sama-sama berwenang dan memiliki hak eksklusif terhadap karya ciptanya. Hal tersebut tentu bertentangan dengan wewenang dari lembaga penyiaran dan begitu juga sebaliknya penyiaran pers juga memiliki wewenang yang sama. Seharusnya inkonsistensi pengaturan tentang pelanggaran atas penyiaran iklan radio seharusnya saling berhurufan satu sama lain antara UU No 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta dan UU 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu dari analisisnya penulis menggunakan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan maqasid syariah. Selain itu dari segi objek peneliti menggunakan iklan *Ads* bukan iklan Penyiar Radio.⁷⁰

Jurnal ini ditulis oleh Evi Deliana Hz, tahun 2016 dengan Judul *“Perlindungan Hukum Terhadap Anak dari Konten Berbahaya dalam Media*

⁷⁰ Tesis yang ditulis oleh Rhama Wisnu Wardhana, Program Studi Ilmu Hukum pada Program Pascasarjana Universitas Jember, 2011 dengan Judul Perlindungan Hukum Terhadap Penyiaran Karya Siar Iklan Radio.

Cetak dan Elektronik".⁷¹ Penelitian ini menyebutkan bahwa perlindungan hukum terhadap anak-anak dari kerusakan moral yang disebabkan oleh penggunaan konten-konten berbahaya dalam media cetak dan elektronik, terutama konten yang mengandung unsure kekerasan dan pornografi. Perbedaan dari penelitian yang penulis lakukan yaitu subjek penelitian berbeda dari penelitian sebelumnya. Subjek penelitian yang penulis lakukan tertuju kepada semua kalangan yaitu mulai remaja dan dewasa, sedangkan dalam penulisan Ervi Deliana untuk subjeknya hanya tertuju kepada anak-anak.

Jurnal ini ditulis oleh Suwarni Akhmaddhian dan Asri Agustiwi tahun 2016 dengan judul "*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Secara Elektronik di Indonesia*".⁷² Penelitian ini menyatakan bahwa keabsahan suatu perjanjian jual beli secara elektronik di Indonesia diatur dalam Pasal 47 dan Pasal 48 Peraturan Pemerintah Nomor 82 tahun 2012 tentang penyelenggaraan sistem dan transaksi elektronik. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu dari analisis yang digunakan adalah Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Maqasid Syariah. Selain itu dari objek penelitian yang penulis gunakan yaitu Iklan *Ads* yang saat ini banyak digunakan oleh pelaku usaha dalam mengiklankan produknya.

⁷¹ Jurnal yang ditulis oleh Evi Deliana Hz, Pekanbaru: Jurnal Ilmu Hukum Volume 3 No 1 2016, dengan judul Perlindungan Hukum Terhadap Anak dari Konten Berbahaya dalam Media Cetak dan Elektronik.

⁷² Jurnal yang ditulis oleh Suwarni Akhmaddhian dan Asri Agustiwi, Jurnal Uniikasi, ISSN 2354-5976 Vol 3 No 2 Juli tahun 2016 dengan judul "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Secara Elektronik di Indonesia

Penelitian ini ditulis oleh Tuah Aman tahun 2017 dengan judul “*Perlindungan Hukum Terhadap Masyarakat Muslim Kota Medan Tentang Produk Makanan Halal (Studi Proses Sertifikasi Halal Oleh Majelis Ulama Indonesia Kota Medan)*”.⁷³ Penelitian ini menyatakan regulasi aturan hukum terhadap produk makanan halal yang mempunyai tujuan untuk melakukan perlindungan hukum terhadap masyarakat muslim kota Medan dengan melakukan sertifikasi halal. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu analisis yang penulis gunakan adalah Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Maqasid Syariah. Selain itu dari objek penelitiannya juga berbeda, penulis menggunakan iklan *Ads* yang digunakan pelaku usaha, sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan produk halal. Metode yang penulis gunakan yang peneliti sebelumnya gunakan adalah yuridis empiris sedangkan metode penelitian yang penulis gunakan yuridis normative.

Jurnal ini ditulis oleh Rizki Tri Anugrah Bhakti dan Padrisan Jamba dengan judul “*Analisis Yuridis Perlindungan Konsumen Terhadap Informasi Iklan Yang Menyesatkan*”.⁷⁴ Jurnal ini menyatakan Periklanan sebagai salah satu sarana pemasaran dan sarana penerangan memegang peranan penting di dalam pembangunan. Agar produk yang ditawarkan oleh pelaku usaha memiliki nilai jual yang tinggi. Perlunya peraturan yang mengatur perlindungan konsumen

⁷³ Tesis yang ditulis oleh Tuah Aman, Program Studi Magister Hukum Pascasarjana Universitas Medan Area Medan tahun 2017 dengan judul “*Perlindungan Hukum Terhadap Masyarakat Muslim Kota Medan Tentang Produk Makanan Halal (Studi Proses Sertifikasi Halal Oleh Majelis Ulama Indonesia Kota Medan)*”.

⁷⁴ Jurnal yang ditulis oleh Rizki Tri Anugrah Bhakti dan Padrisan Jamba, Jurnal Cahaya Keadilan . Vol 5. No. 1 ISSN: 2339-1693, dengan judul Analisis Yuridis Perlindungan Konsumen Terhadap Informasi Iklan Yang Menyesatkan.

karena lemahnya posisi konsumen dibandingkan posisi pelaku usaha, karena mengenai proses sampai hasil produksi barang atau jasa yang telah dihasilkan campur tangan konsumen sedikitpun. Bentuk perlindungan hukum yang dapat diberikan terhadap konsumen atas iklan yang menyesatkan dalam UUPK, Bentuk lainnya dengan dibentuknya Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) yang telah tercantum dalam UUPK. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu dalam penelitian menggunakan analisis menggunakan hukum positif dan hukum islam, diantaranya yaitu menggunakan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Maqashid Syariah. Selain itu dari objek penelitian akan menggunakan iklan *Ads* yang digunakan oleh pelaku usaha untuk mengiklankan produknya.