

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Islam mempunyai prinsip-prinsip yang dirumuskan bahwa pada dasarnya segala bentuk muamalah adalah mubah kecuali sudah ditentukan lain oleh al-Qur'an dan Sunnah, dilakukan atas dasar sukarela tanpa mengandung unsur paksaan.

Muamalat juga dilakukan atas dasar pertimbangan mendatangkan manfaat dan menghindarkan madharat dalam hidup bermasyarakat serta dilaksanakan dengan memelihara nilai keadilan, menghindari unsur penganiayaan, unsur pengambilan kesempatan.¹

Menurut Amir Syarifuddin sebagaimana yang dikutip oleh Kutbuddin Aibak, hukum Islam adalah seperangkat peraturan wahyu Allah dan Sunnah Rasul tentang tingkah laku manusia mukalaf yang diakui dan diyakini berlaku mengikat untuk semua yang beragama Islam.²

Hukum Islam sendiri juga mengatur pergaulan hidup manusia sebagai makhluk sosial memberikan ketentuan-ketentuan tentang hak dan kewajiban agar ketertiban hidup di masyarakat dapat tercapai karena hak dan kewajiban adalah sisi yang saling terkait. Dalam transaksi jual-beli, pembeli berkewajiban untuk menyerahkan sebagai harga atas obyek transaksi dan

¹Abu Bakar Al-Jazairi, *Ensiklopedia Muslim, Bab 5 Muamalah*, terj. Abdur Rahman Ghazaly dkk, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2004), hal. 5

² Kutbuddin Aibak, "Otoritas dalam Hukum Islam (Telaah Pemikiran Khaled M Abou Et Fadl)", *Disertasi*, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2014), hal.94

berhak mendapatkan barang. Sedangkan bagi penjual berkewajiban menyerahkan barang, dan berhak menerima uang sebagai kompensasi barang yang telah diserahkan. Begitu juga dengan pelaku usaha dan konsumen adalah dua pihak yang saling membutuhkan satu sama lainnya. Pelaku usaha dapat dikatakan sebagai penyedia barang atau jasa sehingga dari hasil produksinya ditawarkan/dijual kepada konsumen. Sedangkan konsumen itu sendiri adalah pihak yang membutuhkan barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhannya.

Jual-beli menurut syari'at Islam adalah pertukaran harta dan atas dasar saling rela atau memindahkan milik dengan pengganti yang dibenarkan. Para pihak yang bertransaksi jual-beli akan membentuk suatu akad. Salah satu unsur terbentuknya akad adalah ada sesuatu yang dijadikan obyek akad dan dikenakan akibat hukum yang ditimbulkannya. Obyek akad dalam Islam harus diketahui secara jelas dan detail dapat berupa benda, manfaat benda, jasa atau pekerjaan atau suatu hal lainnya yang tidak bertentangan dengan syariat.³

Makanan adalah kebutuhan pokok manusia, tak ada manusia yang bisa hidup tanpa adanya makanan, oleh karenanya makanan banyak diperjual-belikan dikalangan masyarakat, dengan begitu banyak juga para penjual yang melakukan kecurangan, karena adanya problem-problem tersebut di Indonesia diberlakukan Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

³Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqih Muamalah*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), hal. 57

Secara historis, sejarah perlindungan konsumen dalam Islam sudah dimulai sejak Nabi Muhammad SAW belum diangkat menjadi Rasul, beliau membawa barang dagangan Khadijah binti Khuwailid dengan mendapatkan imbalan atau upah. Sekalipun tidak banyak literatur yang berbicara tentang aspek perlindungan konsumen ketika itu, namun prinsip-prinsip perlindungan konsumen dapat ditemukan dari praktik-praktik bisnis yang dilakukan oleh Rasulullah SAW. Dalam Islam terdapat larangan dalam jual beli salah satunya adalah *Ghisyah*, adalah menyembunyikan cacat barang yang dijual, bisa juga dengan mencampur produk cacat ke dalam produk yang berkualitas baik.⁴

Pembangunan, khususnya pembangunan perekonomian di bidang perindustrian dan perdagangan telah membawa manfaat bagi konsumen, yaitu semakin banyaknya pilihan barang dan jasa yang ditawarkan, dengan aneka jenis dan kualitas. Namun disisi lain konsumen menjadi obyek aktivitas bisnis para pelaku usaha yang mengharapkan keuntungan secara besar-besaran melalui promosi maupun penjualan yang seringkali merugikan konsumen.

Tidak dapat dipungkiri, bahwa saat ini kedudukan konsumen sangat lemah, antara lain karena tingkat kesadaran dan tingkat pendapatan konsumen yang relatif masih rendah. Hal ini semakin diperparah oleh etos-etos bisnis yang tidak benar, seperti bisnis harus bertujuan memperoleh keuntungan semata-mata, bisnis tidak memiliki hati nurani dan lain sebagainya.

⁴*Ibid.*, hal. 58

Perhatian terhadap perlindungan konsumen sangat diperlukan mengingat setiap orang, pada suatu waktu, apakah sendiri atau berkelompok bersama orang lain, dalam keadaan apapun pasti menjadi konsumen untuk suatu produk barang atau jasa tertentu.

Dewasa ini, sebetulnya telah tumbuh kesadaran masyarakat tentang perlunya perlindungan konsumen yang dimulai di negara-negara maju. Apabila di masa lalu pihak Industriawan yang dipandang sangat berjasa bagi perkembangan perekonomian negara sehingga mendapat perhatian sangat besar, maka dewasa ini perlindungan terhadap konsumen lebih mendapat perhatian sesuai dengan semakin meningkatnya perlindungan terhadap Hak Asasi Manusia.

Perlindungan terhadap konsumen berkaitan dengan kegiatan bisnis, yaitu perdagangan barang dan jasa dalam lingkup kegiatan ekonomi. Namun demikian tidak dapat dilepaskan dari aspek-aspek lain seperti hukum, agama, pendidikan, sosial dan budaya.

Salah satu hal yang perlu dicermati adalah masalah perlindungan konsumen dalam etika bisnis Islam, hal ini penting karena penduduk Indonesia mayoritas beragama Islam, dengan demikian semestinya nilai-nilai ajaran Islam melandasi peraturan perundang-undangan yang mengatur kegiatan perekonomian masyarakat dalam berbagai bidang.

Masyarakat muslim tidak bebas tanpa kendali dalam memproduksi segala sumber daya alam, mendistribusikannya atau mengkonsumsikannya. Ia terikat dengan buhul akidah dan etika mulia, disamping juga dengan

hukum-hukum Islam. Norma dan etika merupakan jiwa ekonomi Islam yang membangkitkan kehidupan setiap peraturan dan syariatnya.

Sudah kita ketahui bahwasannya di Indonesia sudah dibentuk Undang-Undang Perlindungan Konsumen, dimana Undang-Undang tersebut memuat aturan-aturan yang dijadikan sebagai payung hukum bagi peraturan perundang-undangan lain yang menyangkut konsumen, dan sekaligus mengintegrasikannya sehingga dapat memperkuat penegakan hukum di bidang perlindungan konsumen.

Dalam kehidupan ini sudah sangat jelas sekali bahwasannya Islam telah memberi larangan tentang jual-beli yang curang, tak hanya itu pada Undang-Undang No.8 Tahun 1999 pun juga telah diatur mengenai perlindungan konsumen.

Meskipun telah diatur demikian, akan tetapi masih banyak para penjual yang melanggar hak-hak para pembeli, sehingga menyebabkan kekecewaan pada diri si pembeli mulai dari kalangan atas hingga bawah, hal tersebut tentunya sudah banyak terjadi dan tidak asing di telinga kita.

Para penjual makin pintar memanfaatkan keadaan untuk menjual makanan dengan harga yang dilipatgandakan dan kadang juga tidak sesuai dengan rasa serta standarnya, penjualan yang melanggar etika bisnis islam dan hukum positif tersebut disebabkan karena mereka hanya mengedepankan keuntungan dan tidak peduli atas kualitas barang yang dijualnya serta hak-hak para konsumen, mereka semakin mengahalkan segala cara.

Seperti halnya para penjual makanan di tempat wisata Pantai Pelang, karena faktor penjualan yang dilakukan di tempat wisata dimana banyak pengunjung yang membeli makanan disekitar tempat wisata tersebut. Pengunjung kebanyakan tidak membawa jajanan atau bekal dari rumah, sehingga para pengunjung otomatis membeli makanan di sekitar tempat wisata sehingga banyak penjual yang menjual makanan sudah kedaluwarsa dan juga rasanya yang sudah tidak sesuai. Begitu pula toko-toko dan warung makan yang berada di wilayah tempat wisata Pantai Pelang, selain harganya yang relatif tinggi dari harga seharusnya banyak juga menu makanan yang sudah seharusnya tidak dijual karena sudah berubah warna dan rasanya, hal tersebut tentunya sangat membayakan kesehatan para konsumen tak hanya itu untuk menunjang kelengkapan sajian penjual, terdapat makanan sisa kemarin yang dijual kembali dan dimasak kembali agar terlihat segar dan lezat. Para penjual tidak peduli dengan kesehatan konsumen setelah memakan makanan yang sudah tidak sesuai dengan standartnya.

Para penjual juga tidak memberikan informasi mengenai makanan yang dijualnya jika makanan yang dijualnya tersebut sudah kedaluwarsa atau makanan sisa kemarin yang digoreng lagi agar kelihatan segar dan lezat, karena mereka ingin mendapatkan keuntungan sehingga tindakan tersebut dilakukan agar pembeli tidak mengetahuinya dan tetap membeli jualan mereka. Tidak hanya itu, harga makanan tersebut juga dijual dengan harga yang berlipatganda, mengingat makanan tersebut dijual disekitar tempat wisata, tentunya meski harga relatif mahal konsumen tetap membelinya.

Tentunya hal-hal tersebut sangat merugikan dan mengecewakan pihak pembeli yang sebagai konsumen akhir sehingga sudah jelas sekali bahwa terdapat hak-hak konsumen yang telah dilanggar.

Sudah kita ketahui bahwasannya hak-hak konsumen seharusnya diperhatikan, sebagai penjual tidak boleh hanya mengedepankan keuntungan mereka tanpa memperhatikan makanan yang dijualnya masih layak dikonsumsi atau tidak serta memberikan informasi yang jujur sesuai dengan keadaan makanan tersebut. Konsumen sudah membeli dengan harga yang mahal ditambah lagi rasa makanannya yang tidak sesuai dengan standarnya tentunya hal tersebut sangat mengecewakan konsumen. Konsumen juga mempunyai hak-hak yang harus dipenuhi oleh penjual karena hak-hak penjual juga sudah dipenuhi oleh konsumen, penjual tidak boleh hanya mengedepankan kecurangannya saja agar mendapat keuntungan yang berlipat. Padahal dalam etika bisnis islam dan hukum positif sudah dijelaskan mengenai perlindungan konsumen pada jual beli itu bagaimana etikanya.

Melihat permasalahan-permasalahan di atas maka penulis ingin meneliti hal tersebut dengan judul **Perlindungan Konsumen Pada Jual-Beli Makanan di Tempat Wisata Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dan Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Pantai Pelang Kecamatan Panggul Kabupaten Trenggalek).**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian yang diuraikan di atas, maka perlu ditetapkan fokus penelitian yang sesuai dengan penelitian ini dan dapat menjawab permasalahan yang ada. Adapun fokus penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perlindungan konsumen pada praktik jual-beli makanan di tempat wisata Pantai Pelang Kecamatan Panggul Kabupaten Trenggalek?
2. Bagaimana perlindungan konsumen pada praktik jual-beli makanan di tempat wisata Pantai Pelang Kecamatan Panggul Kabupaten Trenggalek ditinjau dari Undang-Undang No.8 Tahun 1999?
3. Bagaimana perlindungan konsumen pada praktik jual-beli makanan yang terjadi di tempat wisata Pantai Pelang Kecamatan Panggul Kabupaten Trenggalek ditinjau dari Etika Bisnis Islam ?

C. Tujuan Penelitian

Dalam penulisan ini terdapat beberapa tujuan yang hendak dicapai oleh penulis yaitu:

1. Untuk menjelaskan perlindungan konsumen pada praktik jual-beli makanan di tempat wisata Pantai Pelang Kecamatan Panggul Kabupaten Trenggalek
2. Untuk menjelaskan bagaimana perlindungan konsumen pada praktik jual-beli makanan di tempat wisata Pantai Pelang Kecamatan Panggul Kabupaten Trenggalek ditinjau dari Undang-Undang No. 8 Tahun 1999

3. Untuk menjelaskan bagaimana perlindungan konsumen pada praktik jual-beli makanan yang terjadi di tempat wisata Pantai Pelang Kecamatan Panggul Kabupaten Trenggalek ditinjau dari Etika Bisnis Islam

D. Kegunaan Hasil Penelitian

1. Kegunaan Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan sekaligus pengetahuan yang bermanfaat bagi para pembaca mengenai perlindungan konsumen pada jual-beli menurut Undang-Undang perlindungan konsumen yaitu Undang-Undang No.8 Tahun 1999 dan menurut Etika Bisnis Islam.

2. Kegunaan Secara Praktis

- a. Bagi Konsumen

Memberikan pengetahuan kepada konsumen agar mengetahui perlindungan konsumen dalam jual beli berdasarkan UU perlindungan konsumen dan etika bisnis Islam, dengan begitu tidak akan terjadi lagi pelanggaran terhadap hak-haknya serta senantiasa mematuhi kewajiban-kewajibannya sebagai konsumen.

- b. Bagi Para Penjual di Tempat Wisata

Memahami serta memberikan pengetahuan kepada masyarakat khususnya para penjual terkait perlindungan konsumen pada jual-beli makanan menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 dan Etika Bisnis Islam terhadap pelaksanaan jual-beli makanan pada

tempat wisata, agar tidak terjadi kecurangan dan pelanggaran-pelanggaran terhadap aturan-aturan jual-beli serta senantiasa mengedepankan perlindungan konsumen.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan hasil penelitian ini nantinya mampu menjadi bahan referensi dan sebagai rujukan penelitian terdahulu untuk penelitian yang akan datang.

E. Penegasan Istilah

Pada Penelitian yang akan dilakukan oleh Peneliti ada beberapa hal yang harus diketahui maknanya agar tidak terjadi kesalahpahaman baik dari penguji maupun pembaca pada umumnya, serta memudahkan dalam menelaah dan mengetahui pokok-pokok dalam uraian selanjutnya maka peneliti menjelaskan mengenai istilah-istilah sebagai berikut:

1. Secara Konseptual

a. Perlindungan konsumen

Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.⁵

b. Penjual

Penjual adalah orang yang menjual barang atau jasanya ke konsumen atau pembeli dan penjual mempertemukan dengan pembeli.⁶

c. Konsumen

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.⁷

d. Jual-beli

Jual-beli adalah suatu proses pertukaran barang atau benda yang mempunyai nilai dan di antara kedua belah pihak saling rela atas transaksi tersebut. Transaksi jual-beli ini sangat penting bagi kehidupan setiap manusia, karena mereka saling membutuhkan satu

⁵Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Cet I. (Jakarta: PT Visismedia, 2007), hal. 3

⁶Dikutip dari <http://id.m.wikipedia.org/wiki/penjual> diakses pada tanggal 26 September 2017, Pada Pkl. 20.00 WIB

⁷Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2014), hal. 27

sama lain, saling tolong-menolong, tukar-menukar keperluan dalam segala urusan kepentingan hidup.⁸

e. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 adalah hukum yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah bersifat mengatur, dan juga mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen, bisa diartikan juga bahwa Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 adalah seperangkat aturan, asas-asas dan kaidah-kaidah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang dan/jasa konsumen, di dalam pergaulan hidup.⁹

f. Etika Bisnis Islam

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

⁸Amir Syarifuddin, *Garis-Garis Besar Fiqih*, (Jakarta: Grasindo, 2000), hal. 192.

⁹Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen...*, hal. 13

sebagainya dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita untuk mengaplikasikan atas apa saja.¹⁰

2. Secara Operasional

Definisi Operasional adalah melekatkan arti pada suatu variable dengan cara menetapkan kegiatan atau tindakan yang perlu untuk menganalisis variable.¹¹ Dalam penegasan operasional ini, yang dimaksud dengan Perlindungan Konsumen Dalam Jual-Beli Makanan di Tempat Wisata Ditinjau dari Undang-undang Nomor. 8 Tahun 1999 dan Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Tempat Wisata Pantai Pelang Kecamatan Panggul Kabupaten Trenggalek) adalah penelitian yang mendiskripsikan tentang perlindungan konsumen pada praktik jual-beli makanan di tempat wisata Pantai Pelang Kecamatan Panggul Kabupaten Trenggalek, perlindungan konsumen pada praktik jual-beli makanan di tempat wisata Pantai Pelang Kecamatan Panggul Kabupaten Trenggalek ditinjau dari Undang-Undang No.8 Tahun 1999, dan perlindungan konsumen pada praktik pelaksanaan jual-beli makanan di tempat wisata Pantai Pelang Kecamatan Panggul Kabupaten Trenggalek ditinjau dari Etika Bisnis Islam.

F. Sistematika Pembahasan

Penelitian ini disusun dalam sebuah skripsi yang terdiri dari lima Bab, dimana antara bab yang satu dengan bab yang lain saling berkaitan dan

¹⁰Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014), hal. 3

¹¹Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hal. 25

merupakan satu kesatuan yang tidak terpisahkan, secara ringkas disusun dengan sistematika sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, dalam bagian ini meliputi: konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, penegasan istilah dan sistematika pembahasan.

Bab II Landasan Teori, dalam bagian ini berisi uraian tentang teori (a) jual-beli, meliputi pengertian jual-beli dalam perlindungan konsumen, jual-beli dalam etika bisnis Islam, (b) etika bisnis Islam, meliputi definisi etika bisnis Islam, prinsip-prinsip dasar etika bisnis Islam (c) perlindungan konsumen dalam UU No. 8 Tahun 1999, meliputi pengertian hukum perlindungan konsumen, hak konsumen, kewajiban pelaku usaha, larangan bagi pelaku usaha, (d) perlindungan konsumen dalam etika bisnis Islam, meliputi pengertian umum, asas perlindungan konsumen dalam etika bisnis Islam, dan hak-hak konsumen dalam etika bisnis Islam, (e) penelitian terdahulu.

Bab III Metode Penelitian, bagian ini berisi uraian tentang jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian.

Bab IV Paparan Data Penelitian dan Pembahasan, bagian ini berisi uraian sebagai berikut: 1) Paparan data penelitian: deskripsi obyek penelitian, mekanisme jual-beli makanan di tempat wisata Pantai Pelang, perlindungan konsumen yang diberikan penjual dalam jual-beli makanan di tempat wisata

Pantai Pelang, dan hak konsumen yang dilanggar oleh penjual di tempat wisata Pantai Pelang, 2) Pembahasan hasil penelitian: pelaksanaan jual-beli makanan di tempat wisata Pantai Pelang, perlindungan konsumen pada jual-beli makanan di tempat wisata Pantai Pelang menurut Undang-Undang Nomor. 8 Tahun 1999 dan perlindungan konsumen pada jual-beli makanan di tempat wisata Pantai Pelang menurut Etika Bisnis Islam.

Bab V Penutup yang berisi kesimpulan dan saran, hal ini dimaksudkan untuk menjawab rumusan masalah dan untuk mengetahui sejauh mana penelitian telah dilakukan serta saran apa yang bisa diberikan untuk penelitian selanjutnya.