

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Perlindungan Hukum

1. Pengertian Perlindungan Hukum

Perlindungan berarti suatu perbuatan yang melindungi. Perlindungan diberikan oleh negara terhadap seluruh warga negara guna menjamin adanya kepastian dalam pemenuhan hak-hak dan kewajiban setiap orang, yaitu melalui hukum. Hukum menurut J.C.T. Simorangkir Woerjono Sastropranoto yang dikutip oleh C.S.T. Kansil ialah:

Peraturan-peraturan yang bersifat memaksa yang menentukan tingkah laku manusia dalam lingkungan masyarakat yang dibuat oleh Badan-badan resmi yang berwajib, pelanggaran mana terhadap perbuatan-perbuatan tadi berakibatkan diambilnya tindakan, yaitu dengan hukuman tertentu.¹

Pada hakekatnya setiap orang berhak mendapatkan perlindungan hukum. Hampir seluruh hubungan hukum harus mendapatkan perlindungan dari hukum, baik bersifat hukum publik maupun hukum perdata. Terdapat juga perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen yang telah diatur dalam undang-undang tentang perlindungan konsumen yang pengaturannya mencakup segala hak yang menjadi hak dan kewajiban antara pelaku usaha dan konsumen.

¹C.S.T. Kansil, *Pengantar Ilmu Hukum Jilid I*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2006), hal. 38

Perlindungan hukum mempunyai arti sebagai suatu perbuatan dalam hal melindungi, misalkan memberikan perlindungan kepada orang-orang yang lemah. Perlindungan hukum merupakan perlindungan harkat dan martabat dan pengakuan terhadap hak asasi manusia yang dimiliki oleh subjek hukum dalam negara hukum dengan berdasarkan pada ketentuan hukum yang berlaku di negara tersebut guna mencegah terjadinya kesewenang-wenangan. Perlindungan hukum itu pada umumnya berbentuk suatu peraturan tertulis, sehingga sifatnya lebih mengikat dan akan mengakibatkan adanya sanksi yang harus dijatuhkan kepada pihak yang melanggarnya.

Menurut Philipus M. Hadjon dalam bukunya yang berjudul *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia* adalah bagian integral dan kehidupan manusia, hukum mengatur dan menguasai manusia dalam kehidupan bersama. Konsekuensinya tata hukum bertitik tolak pada penghormatan dan perlindungan hukum bagi manusia yang berjuang pada kepastian hukum. Penghormatan dan perlindungan hukum untuk manusia ini tidak lain merupakan pencerminan dari pengakuan dan perlindungan terhadap hak-hak asasi manusia.²

Perlindungan hukum dalam masyarakat ini harus menjadi hal yang harus lebih diperhatikan oleh para penegak hukum untuk menuju dari hukum yang berkeadilan, ketertiban, kepastian, kemanfaatan hukum dan

²Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*, (Surabaya: Balai Pustaka, 1987), hal. 2

kedamaian. Pada prinsipnya ini adalah mewujudkan kebahagiaan dari manusia, dan lingkungannya. Perlu diketahui konsep perlindungan hukum bagi rakyat ini harus diterapkan di dalam Negara Hukum.

2. Tujuan Perlindungan Hukum

Kaitannya dengan konsumen sebagai pemakai barang atau jasa sangat berkepentingan dalam hal perlindungan hukum sehubungan dengan kualitas barang atau jasa yang disediakan oleh pelaku usaha. Hukum akan melindungi konsumen, tidak terkecuali pengguna jasa laundry berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan pelaksanaannya dapat dipaksakan dengan suatu saksi.

Perlindungan hukum memiliki tujuan tertentu dalam melindungi hak-hak warga negaranya, yaitu:³

- a. Mengayomi hak-hak warga negara oleh pemerintah
- b. Memberikan kepastian hukum
- c. Memberikan sanksi bagi pihak yang melanggarnya

Upaya dari adanya tujuan perlindungan hukum ini bisa diyakini memberikan arahan kepada warga negara bahwa mereka memiliki hak serta kebebasan dalam mempergunakan hak-haknya. Adanya tujuan yang jelas tersebut, perlindungan hukum akan memiliki dasar pijakan yang

³[Http://Statushukum.com/perlindungan-hukum.html](http://Statushukum.com/perlindungan-hukum.html) Diakses pada tanggal 05 Januari 2018 pukul 13.17 WIB

benar-benar kuat untuk melindungi hak dan kewajiban sebagai warga negara.

B. Perlindungan Konsumen

1. Pengertian Perlindungan Konsumen

Pada hakikatnya, untuk menjaga dan menjamin keseimbangan kedudukan antara konsumen dan pelaku usaha, dibutuhkan perangkat peraturan yang dapat memberikan perlindungan hukum bagi konsumen. Perlunya perlindungan terhadap konsumen karena pada umumnya konsumen berada pada posisi yang lemah dalam hubungan dengan pelaku usaha atau produsen, baik secara ekonomis, tingkat pendidikan, atau daya kemampuan, daya bersaing, maupun dalam posisi tawar menawar. Kedudukan konsumen ini baik sendiri atau bergabung dalam suatu organisasi tidak seimbang bila dibandingkan dengan kedudukan pelaku usaha, sehingga konsumen masih sering harus berjuang untuk memperoleh keadilan.

Pengertian perlindungan konsumen sendiri terdapat dalam Pasal 1 angka 1 UUPK yaitu “segala upaya menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”.⁴ Pengertian perlindungan konsumen yang terdapat dalam Pasal 1 angka 1 UUPK tersebut cukup memadai, kalimat yang menyatakan “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum”, diharapkan sebagai benteng untuk

⁴Pasal 1 ayat (1) Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, hal. 2

meniadakan tindakan sewenang-wenangan yang merugikan oleh pelaku usaha hanya demi untuk kepentingan perlindungan konsumen.

UUPK ini sudah cukup jelas apabila telah dipahami oleh semua pihak, karena adanya di dalamnya juga memuat jaminan adanya kepastian hukum bagi konsumen, kenyamanan, keselamatan dan keamanan konsumen serta mengangkat harkat an martabat konsumen dalam menentukan hak-haknya sebagai konsumen. Faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen adalah tingkat kesadaran konsumen sendiri akan hak-haknya yang masih rendah, hal ini disebabkan oleh rendahnya pendidikan atau pengetahuan konsumen itu sendiri.

2. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Upaya perlindungan konsumen didasarkan pada sejumlah asas dan tujuan yang telah diyakini bisa memberikan arahan dalam implementasinya di tingkatan praktis. Adanya asas dan tujuan yang jelas, hukum perlindungan konsumen memiliki dasar pijakan yang benar-benar kuat.

Perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan lima asas yang relevan dalm pembangunan nasional, dimana sebelumnya telah disebutkan bahwa tujuan dari UUPK adalah melindungi kepentingan konsumen, dan di satu sisi menjadi acuan bagi pelaku usaha untuk meningkatkan kualitasnya.

Pasal 2 UUPK, asas perlindungan konsumen adalah perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum. Perlindungan konsumen di Indonesia diselenggarakan bersama berdasarkan 5 asas yang relevan dalam pembangunan nasional yang terdapat dalam penjelasan Pasal 2 UUPK, yaitu:⁵

a. Asas Manfaat

Maksud asas ini adalah untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingankonsumen dan pelau usaha secara keseluruhan

b. Asas Keadilan

Asas ini dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat biasa diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknyadan melaksanakan kewajibannya secara adil.

c. Asas Keseimbangan

Asas ini dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti material maupun spiritual.

d. Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen

⁵Ahmadi Miru, *Hukum Perlindungan...*, hal. 25-26

e. Asas ini dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang/jasa yang dikonsumsi atau digunakan.

f. Asas Kepastian Hukum

Asas ini dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta Negara menjamin kepastian hukum.

Tujuan dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) seperti yang disampaikan pada Pasal 3 yaitu:⁶

- 1) Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.
- 2) Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan atau jasa.
- 3) Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.
- 4) Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.
- 5) Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha.

⁶*Ibid.*, hal. 33-34

- 6) Meningkatkan kualitas barang dan atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen.

C. Pelaku Usaha dan Konsumen

1. Pengertian Pelaku Usaha

Istilah produsen berasal dari bahasa Belanda yakni *producent*, dalam bahasa Inggris, *producer* yang berarti penghasil. Produsen sering diartikan sebagai pengusaha yang menghasilkan barang dan jasa. Dalam pengertian ini termasuk di dalamnya pembuat, grosir, dan pengecer, yaitu setiap orang/badan yang ikut serta dalam penyediaan barang dan jasa hingga sampai ke tangan konsumen.⁷ Dengan demikian, produsen tidak hanya diartikan sebagai pihak pembuat/pabrik yang menghasilkan produk saja, tetapi mereka juga yang terkait dengan penyampaian /peredaran produk hingga sampai ke tangan konsumen.

UUPK tidak menggunakan istilah produsen akan tetapi pelaku usaha yang terdapat dalam Pasal 1 angka 3 UUPK yaitu:

Setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara

⁷Janus Sidabolak, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Bandung Citra: Aditya Bakti, 2010), hal. 16

Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

2. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Seperti halnya konsumen, pelaku usaha juga memiliki hak dan kewajiban. Hak pelaku usaha sebagaimana diatur dalam Pasal 6 UUPK adalah:⁸

- 1) Hak menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- 2) Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik.
- 3) Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen.
- 4) Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- 5) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Adapun kewajiban produsen:⁹

- a) Beritikad baik dalam kegiatan usahanya.

⁸Ahmadi Miru, *Hukum Perlindungan Konsumen...*, hal. 50

⁹*Ibid.*, hal. 51-52

- b) Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan, penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan.
- c) Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- d) Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu dan/atau jasa yang berlaku.
- e) Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang dan/atau jasa yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan.
- f) Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- g) Memberi kompensasi ganti rugi dan/atau penggantian bila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

3. Pengertian Konsumen

Konsumen pada umumnya diartikan sebagai pemakai terakhir dari produk yang diserahkan kepada mereka oleh pengusaha, yaitu setiap orang yang mendapatkan barang untuk dipakai dan tidak untuk diperdagangkan atau diperjualbelikan lagi.

Pengertian konsumen terdapat dalam Pasal 1 angka 2 UUPK yaitu setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.¹⁰ Selain itu, terdapat batasan pengertian konsumen, yaitu:¹¹

- a. Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa yang digunakan untuk tujuan tertentu.
- b. Konsumen antara adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang/atau jasa lain untuk diperdagangkan (tujuan komersial).
- c. Konsumen akhir adalah setiap orang alami yang mendapatkan dan menggunakan barang/jasa, untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya pribadi, keluarga dan/atau rumah tangganya dan tidak untuk diperdagangkan kembali (non komersial).

4. Hak dan Kewajiban Konsumen

Sesuai tertuang dalam Pasal 4 UU No. 8 Tahun 1999 Undang-undang Perlindungan Konsumen (UUPK), Hak-hak Konsumen adalah :¹²

- 1) Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;

¹⁰Ahmadi Miru, *Hukum Perlindungan...*, hal. 6

¹¹A Z. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, (Jakarta: Daya Widya, 1999), hal. 13

¹²Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2014), hal. 31-32

- 2) Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- 3) Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- 4) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- 5) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- 6) Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- 7) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- 8) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi/penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- 9) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Sesuai dengan Pasal 5 Undang-undang Perlindungan Konsumen, Kewajiban Konsumen adalah:¹³

- a) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;

¹³Pasal 5 Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, hal. 5

- b) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

D. Tinjauan Umum Etika Bisnis Islam

Etika berasal dari bahasa Yunani “*Ethos*” berarti adat istiadat atau kebiasaan. Hal ini berkaitan dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik, aturan hidup yang baik, dan segala kebiasaan yang dianut dan diwariskan dari satu orang ke orang lain atau dari satu generasi ke generasi yang lainnya.¹⁴ Etika adalah bagian dari filsafat yang membahas secara rasional dan kritis tentang nilai, norma atau moralitas. Terminologi yang paling dekat dengan pengertian etika dalam Islam disebut sebagai akhlak (bentuk jama’nya khuluq).

Etika dalam Islam menyangkut norma dan tuntutan atau ajaran yang mengatur sistem kehidupan individu atau lembaga (*corporate*), kelompok (lembaga atau *comporate*) dan masyarakat dalam interaksi hidup antar individu, antar kelompok atau masyarakat dalam konteks bermasyarakat maupun dalam konteks hubungan dengan Allah dan lingkungan. Di dalam sistem etika Islam ada sistem penilaian atas perbuatan atau perilaku yang bernilai baik dan buruk.¹⁵

¹⁴ Agus Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hal. 5

¹⁵ Muslich, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: Ekonosia, 2004), Hal. 25

Dalam konteks filsafat Islam perbuatan baik itu dikenal dengan istilah perbuatan ma'ruf dimana secara kodrati manusia sehat dan normal tahu dan mengerti serta menerima sebagai kebaikan. Akal sehat dan nuraninya mengetahui dan menyadari akan hal itu. Sedangkan perbuatan buruk atau jahat dikenal sebagai perbuatan mungkar dimana semua manusia secara kodrati dengan akal budi dan nuraninya dapat mengetahui dan menyadari bahwa perbuatan ini ditolak dan tak diterima oleh akal sehat. Nilai baik atau ma;ruf dan nilai buruk atau mungkar ini bersifat universal. Hal ini sesuai dengan perintah Allah kepada manusia untuk melakukan perbuatan ma'ruf dan menghindari perbuatan mungkar atau jahat.¹⁶ Pelaku-pelaku bisnis diharapkan bertindak secara etis dalam berbagai aktivitasnya. Kepercayaan, keadilan dan kejujuran adalah elemen pokok dalam mencapai suksesnya suatu bisnis di kemudian hari.¹⁷

Bisnis dipengaruhi bukan hanya oleh situasi dan kondisi ekonomi, melainkan juga oleh perubahan-perubahan sosial, politik, ekonomi dan teknologi serta pergeseran-pergeseran sikap dan cara pandang para stakeholdersnya. Bisnis tidak dipandang secara sempit dengan tujuan memaksimalkan nilai (ekonomi) bagi pemiliknya, tetapi bisnis harus tetap mempertimbangkan segala sesuatu yang mempengaruhi pencapaian tujuan tersebut. Tujuan bisnis untuk memaksimumkan keuntungan bagi pemilik perusahaan dapat dicapai secara lebih baik yaitu dengan memperhatikan

¹⁶*Ibid.*, hal. 28

¹⁷Buchari Alma, *Dasar-dasar Etika Bisnis Islami*, (Bandung: CV Alfabeta, 2003), hal. 52

manusia, memanusiakan manusia dan melakukan langkah-langkah yang harmonis dengan seluruh stake holders, seluruh partisipan dan lingkungan tempat perusahaan berada.

Bilamana akad atau perjanjian yang sudah tercipta secara sah menurut ketentuan hukum itu tidak terlaksanakan isinya oleh pelaku usaha, atau dilaksanakan tetapi tidak sebagaimana mestinya (ada kealpaan), maka terjadilah kelalaian atau kesalahan di pihak pelaku usaha. Kelalaian dalam fiqh disebut *at-ta'addin*, yaitu suatu sikap (berbuat atau tidak berbuat) yang tidak diizinkan oleh syara'. Artinya suatu sikap yang bertentangan dengan hak dan kewajiban.¹⁸

Islam berbeda dengan materialisme ialah Islam tidak pernah memisahkan masalah ekonomi dan etika. Islam juga tidak memisahkan agama dengan negara dan materi dengan spiritual sebagaimana dilakukan bangsa Eropa dengan konsep sekulerismenya. Islam juga berbeda dengan konsep kapitalisme yang memisahkan akhlak dengan ekonomi. Manusia muslim, individu maupun kelompok, dalam lapangan ekonomi atau bisnis, di satu sisi diberi kebebasan untuk mencari keuntungan sebesar-besarnya namun di sisi lain terikat dengan iman dan etika, sehingga ia tidak bebas mutlak membelanjakan hartanya.¹⁹

Landasan normatif dalam etika bisnis Islam sudah pasti bersumber dari ajaran Islam yaitu Al-Qur'an dan Sunah Nabi Muhammad Saw.

¹⁸<http://gudang-science.blogspot.com/2013/06/wanprestasi-menurut-hukum-perdata-dan.html?m=1> diakses pada tanggal 24 Juli 2018 pukul 07.45 WIB

¹⁹Mardani, *Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia*, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2011), hal. 22

Sesungguhnya Al-Qur'an telah banyak memberikan acuan bagi para pelaku bisnis dalam menjalankan atau mengelola bisnis secara Islami. Dalam konteks ini ingin dibagi kedalam beberapa aspek-aspek dalam memberikan pengelompokan secara garis besar dan atau norma-norma Islam dalam memberikan pedoman dalam menjalankan atau mengelola bisnis yang harus dilakukan oleh pelaku bisnis yang betul-betul komit untuk membumikan ajaran Islam dalam lapangan kegiatan bisnis.

Dalam etika bisnis Islam setidaknya mengandung beberapa prinsip-prinsip etika dalam berbisnis sebagai berikut:²⁰

1. Kejujuran

Sebuah pepatah mengatakan bahwa orang dilihat dari bagaimana cara ia berbicara. Jika apa yang dibicarakannya benar maka ia dapat dipercaya, namun jika sebaliknya maka ia tidak dapat dipercaya. Allah SWT menyukai orang yang berkata jujur, sebagaimana firman Allah SWT dalam Surat Al-Ahzab (33) ayat 70-71:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اتَّقُوا اللّٰهَ وَقُولُوْا قَوْلًا سَدِيْدًا ۗ ۷۰ يُصْلِحْ لَكُمْ اَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ
لَكُمْ ذُنُوْبَكُمْ ۗ وَمَنْ يُطِيعِ اللّٰهَ وَرَسُوْلَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيْمًا ۗ ۷۱

Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar. Niscaya Allah memperbaiki bagimu amalan-amalanmu dan mengampuni bagimu dosa-dosamu. Dan barangsiapa mentaati Allah dan Rasul-Nya, maka sesungguhnya ia telah mendapat kemenangan yang besar.²¹

²⁰Muslich, *Etika Bisnis Islami...*, hal. 30

²¹Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-qur'an dan Terjemahannya*, hal, 670

Kejujuran merupakan sifat langka dan nyaris tidak ada dalam praktik dunia ekonomi dan bisnis saat ini. Sifat jujur dalam perniagaan menjadi sesuatu yang asing di tengah dominasi praktik-praktik usaha kotor yang bisa menghanyutkan siapa saja yang berkecimpung di dalamnya. Islam memberikan inisiatif bahwa berlaku jujur dalam berusaha, sekalipun berat, merupakan salah satu sebab diberkatinya usaha. Allah SWT begitu membenci orang yang tidak jujur dalam berjualan.

Kejujuran akan mendatangkan keberkahan bagi para pedagang, misalnya mengukur, menakar dan menimbang semuanya dilakukan dengan jujur. Pedagang yang demikian itu akan diridhai oleh Allah SWT dan pedagang yang jujur akan bertambah pelanggannya. Sebaliknya pedagang yang curang, sekalipun mendatangkan keuntungan yang besar, namun tidak akan mendatangkan berkah dan para pelanggan yang dikhianati tidak akan lagi berhubungan dengannya.²²

Kejujuran merupakan kunci utama dalam kegiatan ekonomi, tanpa adanya kejujuran maka suatu usaha tidak akan bisa sukses. Melakukan usaha dengan kejujuran penting karena melandasi segala unsur dalam kegiatan ekonomi, contohnya jika penjual tidak jujur dalam menjual dagangannya pastilah pembeli tidak akan kembali lagi membeli di tempatnya, sebaliknya jika penjual jujur maka pembeli akan kembali lagi

²²Enang Hidayat, *Fiqih Jual Beli*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset, 2015), hal.

membeli di tempatnya namun jika tidak maka pembeli tidak akan kembali lagi ke tempatnya.

2. Keadilan

Keadilan merupakan prinsip dasar dan utama yang harus ditegakkan dalam seluruh aspek kehidupan. Prinsip ini mengarahkan setiap individu untuk melakukan aktivitas ekonomi yang tidak merugikan orang lain. Islam juga menganut kebebasan terikat dimana kebebasan tersebut berarti kebebasan dalam melakukan transaksi namun tetap memegang nilai-nilai keadilan, ketentuan agama dan etika.²³

Prinsip keadilan atau keseimbangan (*al-mizan*) artinya adanya keseimbangan antara hak dan kewajiban. Prinsip ini dijadikan sebagai titik tolak kesadaran setiap manusia terhadap hak-hak orang lain dan kewajiban dirinya sendiri. Jika ia berkewajiban melakukan sesuatu, ia berhak menerima sesuatu, antara hak dan kewajiban harus berjalan seimbang dan dirasakan adil untuk dirinya dan orang lain.²⁴

Tidak diragukan lagi bahwa keadilan merupakan prasyarat bisnis dan perdagangan sebagaimana keadilan melingkupi seluruh wilayah kehidupan manusia. Seluruh alam semesta didasarkan pada konsep keadilan dan keseimbangan. Keadilan berarti bahwa semua orang hendaknya diperlakukan secara patut, tanpa ada tekanan dan diskriminasi yang tak patut. Keadilan mencakup perlakuan adil, kesamaan dan satu rasa

²³Ismanto, *Asuransi Syari'ah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2012) hal.157

²⁴Beni Ahmad Saebani, *Filsafat Hukum Islam*, (Bandung: Pustaka Setia, 2008), hal. 235

memiliki, serta keseimbangan. Keadilan diwajibkan berlaku dalam harga, kualitas produk, memperlakukan pekerja, memperhatikan lingkungan, dan akibat sosial dari keputusan-keputusan bisnis.

3. Amanah

Sifat amanah erat kaitannya dengan sifat kejujuran (shidik). Sifat amanah sendiri merupakan refleksi dari kuat atau tipisnya iman seseorang. Amanah begitu rentan sekali, jika tidak kuat iman maka amanah bisa saja dilanggar. Amanah merupakan prinsip etika fundamental Islam yang lain. Esensi amanah adalah rasa tanggungjawab, rasa memiliki untuk menghadap Allah dan bertanggungjawab atas apa tindakan seseorang. Menurut Islam, kehidupan manusia dan semua potensinya merupakan suatu amanah yang diberikan oleh Allah kepada manusia. Islam mengarahkan para pemeluknya untuk menyadari amanah ini dalam setiap langkah kehidupan.²⁵

Persoalan bisnis juga merupakan amanah antara masyarakat dengan individu dan Allah. Semua sumber bisnis, hendaknya diperlakukan sebagai amanah ilahiah oleh pelaku bisnis. Sehingga ia akan menggunakan sumber daya bisnisnya dengan sangat efisien. Aktivitas bisnisnya hendaknya tidak membahayakan atau menghancurkan masyarakat atau lingkungan.

Tidak kemudian digunakan untuk melakukan kegiatan bisnis yang terlarang atau yang diharamkan, seperti judi, kegiatan produksi yang

²⁵Taha Jabir Al-Alwani, *Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Ak Group, 2005), hal. 37

merugikan masyarakat, melakukan kegiatan riba, dan lain-lainnya. Yang jelas-jelas dilarang oleh Al-Qur'an dan sunnah. Apabila digunakan untuk melakukan kegiatan bisnis yang jelas-jelas halal, maka cara pengelolaan yang dilakukan harus juga dilakukan dengan cara-cara yang benar, adil dan mendatangkan manfaat optimal bagi semua komponen masyarakat yang secara kontributif ikut mendukung dan terlibat dalam kegiatan bisnis yang dilakukan.²⁶

4. Keterbukaan (Tabligh)

Sifat tabligh (komunikasi, keterbukaan, pemasaran) merupakan teknik hidup muslim mengemban tanggungjawab dakwah, yakni menyeru, mengajak, memberitahu. Sifat ini bila sudah mendarah daging pada setiap muslim yang bergerak dalam ekonomi dan bisnis, akan menjadikan setiap pelaku ekonomi dan bisnis sebagai pemasar yang tangguh dan lihai. Karena sifat tabligh merupakan prinsip ilmu komunikasi (personal maupun massal), pemasaran, penjualan, periklanan, pembentukan opini massa, iklim keterbukaan, dan lain-lainnya.

Dengan demikian, kegiatan ekonomi dan bisnis manusia harus mengacu pada prinsip-prinsip yang telah diajarkan oleh Nabi dan Rasul. Nabi misalnya mengajarkan bahwa yang terbaik di antara kamu adalah yang paling bermanfaat bagi manusia. Dengan kata lain, bila ingin menyenangkan Allah, maka kita harus menyenangkan hati manusia. Prinsip ini akan melahirkan sikap profesional, prestatif penuh perhatian terhadap

²⁶Muslich, *Etika Bisnis Islami...*, hal. 44

pemecahan masalah-masalah manusia, dan terus-menerus mengejar hal yang baik sampai menuju kesempurnaan. Hal yang demikian dianggap sebagai cerminan dari penghambaan (ibadah) manusia terhadap penciptanya.²⁷

Kebajikan dalam bisnis meliputi sikap kesukarelaan dan keramahtamaan. Kesukarelaan dalam pengertian sikap sukarela antara kedua belah pihak dalam melakukan transaksi. Prinsip kerelaan dalam Islam merupakan unsur penting bagi sahnya suatu kegiatan ekonomi.²⁸

Firman Allah dalam Surah An-Nisa (4) ayat 29:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبٰطِلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ بَحْرَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ۙ ۲۹

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.²⁹

Ayat ini menyatakan bahwa segala transaksi yang dilakukan harus atas dasar kerelaan antara masing-masing pihak. Kerelaan antara pihak-pihak yang berakad dianggap sebagai prasyarat bagi terwujudnya semua transaksi. Jika dalam transaksi unsur kerelaan tidak terpenuhi maka sama artinya dengan memakan sesuatu dengan cara yang batil. Transaksi yang dilakukan tidak dapat dikatakan telah mencapai sebuah bentuk kegiatan yang saling rela di antara para pelaku, jika di dalamnya ada tekanan,

²⁷Akhmad Mujahidin, *Ekonomi islam*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2007), hal. 19-

²⁸Ismanto, *Asuransi Syari'ah...*, hal.162-163

²⁹Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-qur'an dan ...*, hal. 118

paksaan, penipuan dan *mis-statement*. Ayat ini mengharuskan tidak adanya paksaan dalam proses transaksi dari pihak manapun. Unsur kerelaan ini diimplementasikan dalam perjanjian yang dilakukan di antaranya dengan kesepakatan dalam bentuk *sighat (ijab dan qabul)* serta adanya konsep *khiyar*.³⁰

5. Tidak ada unsur penipuan

Tadlis berarti penipuan. Penipuan ini berarti penipuan baik dari pihak penjual maupun pembeli dengan cara menyembunyikan kecacatan ketika melakukan transaksi. Perilaku *tadlis* dalam bisnis modern bisa terjadi dalam proses transaksi bisnis yang berakibat pada timbulnya wanprestasi.³¹

Kondisi ideal dalam pasar menurut ekonomi Islam, yaitu penjual dan pembeli mempunyai informasi yang sama terhadap objek atau barang yang diperjualbelikan. Terjadinya ketimpangan informasi terhadap objek yang diperjualbelikan mengakibatkan besar kemungkinan akan terjadi penipuan. Bentuk *tadlis* ini bisa terjadi pada kuantitas atau kualitas barang. *Tadlis* pada kuantitas barang misalnya menjual baju bekas sebanyak satu container. Jumlahnya yang banyak dan tidak mungkin untuk dihitung satu persatu penjual berusaha mengurangi jumlah barang yang dikirim kepada pembeli, sementara itu *tadlis* pada kualitas ialah menyembunyikan cacat atas kualitas barang.³²

³⁰Fathurrahman Djamil, *Hukum Ekonomi Islam, Teori dan Konsep*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2013), hal. 157-158

³¹Ismanto, *Asuransi Syari'ah...*, hal. 185

³²Fathurrahman Djamil, *Hukum Ekonomi Islam...*, hal. 170

Allah SWT melarang jual beli yang bisa merugikan orang lain dan merugikan diri sendiri. Seorang penjual mengatakan kepada pembeli bahwa barang dagangannya berkualitas baik, tetapi ia menyembunyikan kecacatan yang ada agar transaksi dalam keadaan lancar. Setelah transaksi baru diketahui ada cacat barang. Berbisnis yang mengandung penipuan adalah titik awal kehancuran bisnis.

E. Penelitian Terdahulu

Untuk mengetahui validitas penelitian, maka dalam kajian pustaka ini penulis akan uraikan beberapa skripsi yang membahas tentang perlindungan hukum bagi konsumen pengguna jasa laundry.

Skripsi yang disusun oleh Nanang Nugraha dengan judul “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pengguna Jasa Laundry Di Kecamatan Sukasari Kota Bandung”. Jenis penelitian ini adalah kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Secara umum pelaku usaha jasa laundry telah bertanggungjawab atas kelalaian yang mengakibatkan kerugian terhadap konsumen. Pertanggungjawaban tersebut berupa pencucian ulang apabila terdapat pakaian yang masih kotor, memperbaiki atau melakukan ganti rugi terhadap pakaian yang rusak, serta melakukan ganti rugi jika terjadi kehilangan pakaian yang dilakukan berdasarkan kesepakatan antara pelaku usaha dan konsumen.³³ Persamaanya adalah membahas mengenai tanggung jawab pelaku

³³Nanang Nugraha, “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pengguna Jasa Laundry Di Kecamatan Sukasari Kota Bandung”, *Skripsi*, (Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2012). Dalam <http://nanangnugrah4.blogspot.co.id/2012/12/perlindungan-hukum-terhadap-konsumen.html>, diakses pada tanggal 07 Februari 2018 pukul 12.22 WIB

usaha berdasarkan UUPK. Perbedaannya tanggung jawab pelaku usaha yang bukan hanya berdasarkan UUPK tetapi juga dengan bagaimana tanggungjawab berdasarkan etika bisnis Islam.

Skripsi yang disusun oleh Valeria Ayu Iko Riri Roman Bintara Putri dengan judul “Pelaksanaan Tanggung Jawab Pelaku Usaha Laundry terhadap Konsumen Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 (Studi Kasus Usaha Laundry di Sekitar Kampus Universitas Katolik Soegijapranata Semarang)”. Skripsi ini membahas pelaksanaan tanggung jawab pelaku usaha *laundry* terhadap konsumen, prosedur yang dilalui konsumen dalam hal menerima pertanggungjawaban pelaku usaha dan penggunaan klausul baku dalam perjanjian pelaku usaha *laundry* dengan konsumen.³⁴ Persamaanya adalah membahas mengenai tanggung jawab pelaku usaha berdasarkan UUPK. Perbedaannya tanggung jawab pelaku usaha yang bukan hanya berdasarkan UUPK tetapi juga dengan bagaimana tanggungjawab berdasarkan etika bisnis Islam.

Skripsi yang disusun oleh Alfian Fairuz Syifa' yang berjudul “Perlindungan Konsumen Terhadap Klausula Eksonerasi Dalam Perjanjian Baku Jasa Laundry Di Papringan Sleman Yogyakarta”. Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Sunan Kalijaga Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukan Pertanggungjawaban Pemilik Usaha Jasa Laundry terhadap Konsumen belum

³⁴Valeria Ayu Iko Riri Roman Bintara Putri, “Pelaksanaan Tanggung Jawab Pelaku Usaha Laundry terhadap Konsumen Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 (Studi Kasus Usaha Laundry di Sekitar Kampus Universitas Katolik Soegijapranata Semarang)”, *Skripsi*, (Semarang: Fakultas Hukum, Universitas Katolik Soegijapranata, 2011). Dalam <http://repository.unika.ac.id/3506/>, diakses pada tanggal 07 Februari 2018 pukul 12.45 WIB

berjalan sesuai dengan undang-undang perlindungan konsumen no 8 tahun 1999. Segala tanggung jawab yang dilakukan oleh Pemilik usaha masih jauh dari kata puas oleh pengguna usaha jasa laundry (Konsumen).³⁵ Persamaanya adalah membahas mengenai tanggung jawab pelaku usaha berdasarkan UUPK. Perbedaannya tanggung jawab pelaku usaha yang bukan hanya berdasarkan UUPK tetapi juga dengan bagaimana tanggungjawab berdasarkan etika bisnis Islam.

Skripsi yang disusun oleh Iman Adri Fitriani yang berjudul “Tanggungjawab Pengusaha Jasa Laundry Menurut Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Di Kelurahan Tuah Karya Kecamatan Tampan Pekanbaru”. Skripsi ini membahas tentang hubungan antara konsumen dengan pelaku usaha jasa laundry, pertanggungjawaban jasa usaha laundry terhadap dam upaya yang dapat dilakukan oleh pengguna jasa usaha laundry tersebut.³⁶ Persamaanya adalah membahas mengenai tanggung jawab pelaku usaha berdasarkan UUPK. Perbedaannya tanggung jawab pelaku usaha yang bukan hanya berdasarkan UUPK tetapi juga dengan bagaimana tanggungjawab berdasarkan etika bisnis Islam.

³⁵Alfan Fairuz Syifa’, “Perlindungan Konsumen Terhadap Klausula Eksonerasi Dalam Perjanjian Baku Jasa Laundry Di Papringan Sleman Yogyakarta”, *Skripsi*, (Yogyakarta: Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016). Dalam http://digilib.uin-suka.ac.id/23580/.../12340079_BAB-I_IV-atau-V_DAFTAR-PUSTAKA.p..., diakses pada tanggal 07 Februari 2018 pukul 12.50 WIB

³⁶Iman Adri Fitriani, “Tanggungjawab Pengusaha Jasa Laundry Menurut Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Di Kelurahan Tuah Karya Kecamatan Tampan Pekanbaru”, *Skripsi*, (Riau: Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2015). Dalam <http://repository.uin-suska.ac.id/7114/>, diakses pada tanggal 07 Februari 2018 pukul 12.55 WIB

Hernowo Bayu Wicaksono yang berjudul “Perlindungan Hukum Konsumen Pengguna Jasa Laundry Ditinjau Dari Undang-undang No 8 Tahun 1999 (Studi Kasus laundry Koem-koem Surakarta)”. Fakultas Sebelas Maret Surakarta, Jawa Tengah. Dalam hasil penelitian ini menjelaskan bahwa bahwa perlindungan hukum yang diberikan Undang-undang No 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen bagi konsumen pengguna jasa laundry Koem-Koem Surakarta masih kurang, karena pelaku usaha dan konsumen yang kurang memahami hak dan kewajiban masing-masing.³⁷ Persamaanya adalah membahas mengenai tanggung jawab pelaku usaha berdasarkan UUPK. Perbedaannya tanggung jawab pelaku usaha yang bukan hanya berdasarkan UUPK tetapi juga dengan bagaimana tanggungjawab berdasarkan etika bisnis Islam.

³⁷Hernowo Bayu Wicaksono, “Perlindungan Hukum Konsumen Pengguna Jasa Laundry Ditinjau Dari Undang-undang No 8 Tahun 1999 (Studi Kasus laundry Koem-koem Surakarta)”, *Skripsi*, (Surakarta: Fakultas Hukum, Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2015). Dalam <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/47468/Perlindungan-Hukum-terhadap-Hak-Konsumen-Pengguna-Jasa-Laundry-Ditinjau-dari-Undang-Undang-Nomor-8-Tahun-1999-tentang-Perlindungan-Konsumen-Studi-Kasus-Laundry-Koem-Koem-Surakarta>, diakses pada tanggal 07 Februari 2018 pukul 12.57 WIB