

ANALISIS HUKUM ISLAM TENTANG PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN MENURUT UNDANG-UNDANG NO. 8 TAHUN 1999

¹AKTA KURNIAWAN, MH., ²NURUL KHOTIMAH, S.Sy

¹STAI Al-ma'arif Way Kanan, ²STAI Al-ma'arif Way Kanan

aktafci@gmail.com, nurulseokjin46@gmail.com

ABSTRACT

Consumer protection is a form of the efforts made to protect the right of producers and consumers in economic activity and minimize the occurrence of the resulting in losses for both parties whether it is producers and consumers. This research dilator overwhelmed with as the technology and the number of the form of efforts by the manufacturer to gain an advantage and the diverse needs onsumen in fulfilling the needs of human daily. It is indirectly put the position of consumers get more frail and prone to being the object the profiteers without regard to things that could have hurt consumers.

With this, islam as a religion that has been set up several provisions in a couple of righteousness and the word of the messenger for profit with principles of justice and there is no trick. unsure While the indonesian government also do something similar to give a legal certainty and ensure safety for consumers in the law no. 8 years 1999 hereinafter referred to uupk formed on the date 20 april 1999

Islamic law and a legal instrument UUPK are two interlocking especially in law enforcement to consumer, well as, principles and objectives rights and obligations, consumers things are forbidden to be done by business players to run a business, as well as for, default clause islamic law and UUPK had the same viewpoint, is to remain ahead of ethics and forbid something is a trick that could potentially hurt consumer. In addition UUPK and Islamic law and also ensures equal rights between the producer and consumer gain and benefits. So lameness occurring to the position for this is those who can be removed.

Keywords: *Consumer , Producers, Islamic Law, Undang-undang number 8*

ABSTRAK

Perlindungan Konsumen adalah bentuk upaya yang dilakukan untuk melindungi hak-hak produsen dan konsumen dalam kegiatan ekonomi serta meminimalisir terjadinya hal-hal yang mengakibatkan kerugian bagi kedua belah pihak baik itu produsen maupun konsumen. Penelitian ini dilatar belakangi dengan seiiring perkembangan teknologi dan banyaknya bentuk usaha yang dilakukan produsen untuk memperoleh keuntungan dan semakin beragamnya kebutuhan konsumen dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. hal ini secara tidak langsung menempatkan posisi konsumen menjadi lebih lemah and rawan menjadi objek pencari keuntungan tanpa memperhatikan hal yang bisa saja merugikan konsumen.

Dengan ini, Islam sebagai agama *rahmatan lil 'alamin* telah mengatur beberapa ketentuan dalam beberapa Firman Allah SWT maupun sabda Rasulullah SAW untuk mencari keuntungan dengan prinsip keadilan dan tidak ada unsur

tipuan. Sementara Pemerintah Indonesia juga melakukan hal serupa untuk memberikan kepastian hukum dan menjamin keselamatan konsumen melalui Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 yang selanjutnya disebut UUPK yang dibentuk pada tanggal 20 April 1999.

Hukum Islam dan UUPK adalah dua instrumen hukum yang saling berkaitan terutama dalam upaya penegakan hukum terhadap konsumen, baik berupa asas dan tujuan, hak dan kewajiban konsumen, hal-hal yang dilarang dilakukan oleh pelaku usaha dalam menjalankan usaha, serta pencantuman klausula baku, hukum Islam dan UUPK memiliki cara pandang yang sama, yaitu tetap mengedepankan etika dan melarang hal-hal bersifat tipuan yang berpotensi merugikan konsumen. Selain itu hukum Islam dan UUPK juga menjamin kesetaraan hak antar konsumen dan produsen yaitu memperoleh keuntungan dan manfaat. Sehingga ketimpangan yang terjadi akibat lemahnya posisi konsumen yang selama ini terjadi dapat dihilangkan.

Kata Kunci: Konsumen, Produsen, Hukum Islam, Undang-undang Nomor 8

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin cepat secara alami telah mempengaruhi pula perkembangan aktivitas ekonomi. Salah satunya adalah semakin mudahnya kegiatan transaksi jual beli yang hampir tidak dibatasi oleh waktu dan tempat hanya dengan *gadget* dan tanpa memakan waktu yang lama konsumen dapat memperoleh barang yang diinginkannya. Secara kasat mata, hal ini sangat menguntungkan, dimana konsumen dapat menemukan dan mendapatkan barang yang lebih variatif sehingga peluang untuk memenuhi kebutuhan lebih terjamin. Namun sebenarnya jika dilihat dari sudut pandang yang berbeda, konsumen sebenarnya berada didalam posisi yang lemah, sebab konsumen dijadikan sebagai sasaran utama dalam meraup keuntungan yang sebesar-besarnya melalui kiat promosi yang bertujuan untuk menarik minat atas produk yang ditawarkan baik itu berupa barang maupun jasa yang bisa saja merugikan konsumen.

Pada umumnya, Produsen berlindung dibalik *standard contract* atau perjanjian baku yang telah ditandatangani oleh kedua belah pihak yakni antar konsumen dan produsen atau melalui informasi semu yang diberikan oleh produsen kepada konsumen (Zulham:2016). Hal-hal semacam ini dikhawatirkan akan mempengaruhi tingkat kepercayaan konsumen terhadap produsen jika produsen tidak profesional dalam melakukan usahanya dengan membuat suatu kontrak yang cenderung *profit oriented* tanpa memperhatikan unsur-unsur keadilan. Padahal fungsi kontrak adalah memberikan kepastian hukum bagi kedua belah pihak agar tercapainya tujuan bersama yang menguntungkan baik bagi produsen sebagai penyedia barang ataupun jasa maupun bagi pihak konsumen yang menjadi target pasar.

Secara garis besar, ada dua jenis badan usaha yang menjadi pusat perhatian pemerintah, yakni perusahaan penyedia/pemasok barang (termasuk manufaktur) dan perusahaan penyedia jasa. Pada perusahaan penyedia barang, tentu saja diperlukan campur tangan pemerintah mulai dari proses produksi, distribusi, hingga barang/jasa tersebut dapat tersampaikan dengan baik kepada

konsumen. Sedangkan perusahaan penyedia jasa adalah yang dalam pelaksanaannya, penyedia jasa ini menjalankan usaha dengan menawarkan manfaat kepada para konsumennya (Abd Haris: 2017).

Indonesia sendiri melalui UUPK yang telah dibentuk juga memiliki tujuan yang sama sebagaimana telah disebut diatas, yaitu secara garis besar melindungi hak-hak konsumen dan memberikan kepastian hukum serta posisi yang setara dengan pelaku usaha yaitu memperoleh manfaat dari barang dan jasa yang diberikan. Mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim membuat penulis tertarik untuk menganalisa apakah pasal-pasal yang terdapat pada UUPK ini sesuai dan sejalan dengan prinsip-prinsip muamalah yang ada dalam Al-Qur'an dan Hadist sebagai sumber utama Hukum Islam.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini, penulis akan menggunakan penelitian kepustakaan (*Library Research*) menggunakan pendekatan kualitatif dan bersifat analitis-deskriptif, yaitu untuk mengetahui dan menganalisa Undang-Undang Perlindungan Konsumen melalui perspektif Hukum Islam. Metodologi penelitian kualitatif ini sendiri adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme atau enterpretif, dan digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah dimana peneliti sebagai instrumen kunci (Sugiono:2018). Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat digunakan sebagai sumber informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya, sumber data dapat dibedakan menjadi dua. Pertama; sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.

Data primer yang akan digunakan oleh penulis dalam penelitian pustaka ini adalah Undang Undang Perlindungan Konsumen dan sumber Hukum Islam itu sendiri yakni Al-Qur'an dan Al-Hadist. Sumber sekunder; sumber sekunder adalah sumber data yang diperoleh secara tidak langsung kepada pengumpul data misalnya lewat orang lain atau dokumen. (Sugiono; 2017). Dalam penelitian library research yang akan penulis laksanakan, dalam hal ini penulis akan menggunakan metode analisis data kualitatif Creswell. Analisis data menurut Creswell, langkah-langkah analisis data kualitatif adalah sebagai berikut : 1. *Organizing and preparing data for analysis*. (mengorganisasikan dan menyiapkan data yang akan dianalisis) 2. *Read or look at all the data*(baca dan lihat seluruh data) 3. *Start coding all of the data* (Membuat koding/tanda seluruh data) 4. *Used coding process to generate a description* (Menggunakan koding/tanda sebagai bahan untuk membuat deskripsi) 5. *Interrelating theme* (Menghubungkan antar tema) 6. *Interpreting the meaning of theme* (Memberi interpretasi dan makna tentang tema. (Sugiono:2017).

C. PEMBAHASAN

1. Landasan hukum Perlindungan Konsumen pada Hukum Islam dan di Indonesia

Al-Qur'an adalah sumber utama segala hukum islam termasuk hukum perlindungan konsumen. Terdapat banyak ayat- ayat yang secara eksplisit maupun implisit menyatakan kedudukan konsumen dan etika dalam melaksanakan usaha. Sedangkan Hadist sebagai sumber sekunder dimana hal-hal yang belum tertera maupun ayat yang maknanya belum jelas

tersampaikan melalui sabda Rasulullah SAW. Selain itu, Ijma' dijadikan sebagai sumber hukum yang berupa ketetapan dan kesepakatan ulama. Ijma' hanya dapat dijadikan sumber hukum islam apabila tidak ditemukan penjelasan ataupun norma-norma hukum di dalam Al-Qur'an maupun hadist mengenai suatu masalah atau perkara. Sedangkan Qiyas adalah metode dalam pengambilan hukum yang didasarkan oleh *ilat-ilat* hukum yang terkandung didalamnya. (Nurhalis:2015) Sedangkan di Indonesia Pada masa pasca-Reformasi tepatnya pada tanggal 20 April 1999 pemerintahan presiden B.J. Habibie mengesahkan UU. No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Dengan ini, UUPK berkedudukan sebagai payung hukum bagi produsen maupun konsumen dalam melaksanakan kegiatan ekonominya. Meskipun UUPK bukan menjadi satu-satunya landasan hukum perlindungan konsumen, namun semua hukum yang berkaitan tentang pelaksanaan perlindungan konsumen tidak boleh bertentangan dengan UUPK. Salah satunya adalah klausula baku. Klausula Baku adalah setiap aturan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam satu dokumen dan/atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen (Rosmawati:2018).

2. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Dalam perintah-perintah Allah SWT yang tertuang dalam Qur'an maupun melalui sunnah dan risalah para utusanNya, baik itu berupa perintah, larangan, kabar baik maupun peringatan tentulah memiliki tujuan yang cukup jelas dan secara umum adalah demi kebaikan umat manusia. Seperti firman Allah SWT dalam Qs. Al-Anbiya ayat 107 yang berbunyi :

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ

Artinya :“ Dan Tiadalah Kami mengutus kamu, melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi semesta alam” (QS. Al-Anbiya :107)

Rahmat dalam ayat di atas dapat diartikan sebagai kemaslahatan umat. Sedangkan secara sederhana, kemaslahatan itu dapat diartikan sebagai sesuatu yang baik dan dapat diterima oleh akal sehat.

Para Ulama' menyepakati bahwa masalah yang menjadi tujuan dari ber-muamalah adalah mencakup lima jaminan dasar yaitu : 1. Keselamatan keyakinan agama (ad- din) 2. Keselamatan jiwa (an- nafs) 3. Keselamatan akal (aql) 4. Keselamatan keluarga dan keturunan (an-nasl) 5. Keselamatan harta (al-mal)(Veithzal R & Antoni:2012). Kemaslahatan (Al-maslahah) adalah segala sesuatu yang bermanfaat bagi manusia, yang dapat diraih oleh manusia dengan cara mempereoleh maupun menghindarinya. Sehingga dapat diketahui bahwa tujuan diberlakukannya hukum islam dalam kegiatan muamalah adalah untuk mencapai kebaikan yang merupakan manfaat bukan hanya untuk kepentingan pribadi namun juga untuk kepentingan seluruh umat manusia.

Undang Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) di Indonesia terbentuk atas beberapa pertimbangan salah satunya dalam poin ke enam tertera bahwa keseimbangan perlindungan kepentingan konsumen dan

pelaku usaha perlu diwujudkan sehingga tercipta perekonomian yang sehat. Sementara itu Islam, dengan hukum syariah nya memiliki tujuan atau maqasid syariah adalah untuk memberikan kemaslahatan kepada manusia di dalam kehidupan dunia dan akhirat. (Ika Yunia:2013)

3. Perbuatan yang Dilarang bagi Pelaku Usaha dalam Hukum Islam dan UUPK

Untuk menjaga keseimbangan dan memberikan keadilan kepada para pelaku usaha Rasulullah SAW melarang beberapa jenis transaksi diantaranya : 1. *Tallaqi Rukban* : dilakukan dengan cara mencegat pedagang yang tidak mengetahui harga pasar atas barang dagangan yang dibawanya sementara pihak pembeli mengharapkan keuntungan yang berlipat dengan memanfaatkan ketidaktahuan mereka. 2. Perdagangan yang Menipu (*Bai' Al-Gharar*) Islam sangat menentang segala bentuk penipuan, untuk itu Islam menuntut suatu perdagangan dilakukan dengan jujur, adil, dan amanah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa jual beli gharar . adalah jual beli barang yang tidak pasti, sehingga tidak nyata bentuk, wujud, dan hal lain pada barang yang akan dibeli tersebut. Maka, jual beli ini dilarang karena ketidakpastiannya.

Sementara itu, UUPK sebagai payung hukum dalam upaya pelaksanaan keberlangsungan perlindungan konsumen juga mengatur beberapa hal yang dilarang bagi pelaku usaha. Secara khusus UUPK mencantumkannya pada Bab ke IV pasal 8-17 UU. No 8 Tahun 1999 tentang Perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha.

Pasal 8

- (1) Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:
- a. tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
 - b. tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
 - c. tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
 - d. tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
 - e. tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
 - f. tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
 - g. tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa atau jangka waktu penggunaan/ pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
 - h. tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label; tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang,

- ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan.
- i. pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat;
 - j. tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
- (2) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.
- (3) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.
- (4) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

Pasal 9

- (1) Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah:
- a. barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu;
 - b. barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru;
 - c. barang dan/atau jasa tersebut telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri kerja atau aksesoris tertentu;
 - d. barang dan/atau jasa tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan atau afiliasi;
 - e. barang dan/atau jasa tersebut tersedia;
 - f. barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi;
 - g. barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu;
 - h. barang tersebut berasal dari daerah tertentu;
 - i. secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang dan/atau jasa lain;
 - j. menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung risiko atau efek sampingan tanpa keterangan yang lengkap;
 - k. menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belumpasti.
- (2) Barang dan/atau jasa sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilarang untuk diperdagangkan.
- (3) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap ayat (1) dilarang melanjutkan penawaran, promosi, dan pengiklanan barang dan/atau jasa tersebut.

Pasal 10

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai:

- a. harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa;
- b. kegunaan suatu barang dan/atau jasa;
- c. kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa;
- d. tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan;
- e. bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.

Pasal 11

Pelaku usaha dalam hal penjualan yang dilakukan melalui cara obral atau lelang, dilarang mengelabui/menyesatkan konsumen dengan:

- a. menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah telah memenuhi standar tertentu;
- b. menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah tidak mengandung cacat tersembunyi;
- c. tidak berniat untuk menjual barang yang ditawarkan melainkan dengan maksud untuk menjual barang lain;
- d. tidak menyediakan barang dalam jumlah tertentu dan/atau jumlah yang cukup dengan maksud menjual yang lain;
- e. tidak menyediakan jasa dalam kapasitas tertentu atau dalam jumlah cukup dengan maksud menjual jasa yang lain;
- f. menaikkan harga atau tarif barang dan/atau jasa sebelum melakukan obral.

Pasal 12

Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan harga atau tarif khusus dalam waktu dan jumlah tertentu, jika pelaku usaha tersebut tidak bermaksud untuk melaksanakannya sesuai dengan waktu dan jumlah yang ditawarkan, dipromosikan, atau diiklankan.

Pasal 13

- (1) Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain secara Cuma-Cuma dengan maksud tidak memberikannya atau memberikan tidak sebagaimana yang dijanjikannya.
- (2) Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan obat, obat tradisional, suplemen makanan, alat kesehatan, dan jasa pelayanan kesehatan dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain.

Pasal 14

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dengan memberikan hadiah melalui cara undian, dilarang untuk:

- a. Tidak melakukan penarikan hadiah setelah batas waktu yang dijanjikan;
- b. Mengumumkan hasilnya tidak melalui media massa;
- c. Memberikan hadiah tidak sesuai dengan yang dijanjikan;
- d. Mengganti hadiah yang tidak setara dengan nilai hadiah yang dijanjikan.

Pasal 15

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa dilarang melakukan dengan cara pemaksaan atau cara lain yang dapat menimbulkan gangguan baik fisik maupun psikis terhadap konsumen.

Pasal 16

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa melalui pesanan dilarang untuk:

- a. Tidak menepati pesanan dan/atau kesepakatan waktu penyelesaian sesuai dengan yang dijanjikan;
- b. Tidak menepati janji atas suatu pelayanan dan/atau prestasi.

Pasal 17

- (1) Pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang:
 - a. Mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/atau jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa;
 - b. Mengelabui jaminan/garansi terhadap barang dan/atau jasa;
 - c. Memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa;
 - d. Tidak memuat informasi mengenai risiko pemakaian barang dan/atau jasa;
 - e. Mengeksploitasi kejadian dan/atau seseorang tanpa izin yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan;
 - f. Melanggar etika dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai periklanan.

Pelaku usaha periklanan dilarang melanjutkan peredaran iklan yang telah melanggar ketentuan pada ayat (1) * (Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UU RI No 8 Tahun 1999) 2018)

Berdasarkan ketentuan yang tercantum pasal 8 ini tertuju pada dua hal yaitu larangan memproduksi barang dan/atau jasa, dan larangan memperdagangkan barang dan/atau jasa yang dimaksud. Larangan-larangan yang tertuju pada “produk” sebagaimana dimaksud di atas adalah untuk memberikan perlindungan terhadap kesehatan/harta konsumen penggunaan barang dengan kualitas yang dibawah standar atau kualitas yang lebih rendah dibanding nilai harga yang dibayar.

Sedangkan substansi dalam pasal 9 UUPK ini terkait dengan larangan melakukan penawaran, promosi, periklanan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar. Selain itu juga terkait dengan representasi dimana pelaku usaha wajib memberikan representasi yang benar atas barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.

Sama halnya dengan ketentuan pasal 9 UUPK, pasal 10, dan 11 UUPK ini

juga menyangkut larangan yang tertuju pada “perilaku” pelaku usaha yang tujuannya mengupayakan adanya perdagangan yang tertib dan iklim usaha yang sehat guna memastikan produk yang diperjualbelikan dalam masyarakat dilakukan dengan cara tidak melanggar hukum.

Pada pasal 13 ayat (1) dinyatakan pemberian hadiah sesungguhnya tidak lebih dari pemberian manfaat tambahan yang dapat mengelabui konsumen dan dapat menjadi distorsi persaingan usaha. Dan dihubungkan dengan pasal 13 ayat (2) UUPK yang berkaitan dengan obat, obat tradisional, suplemen makanan, alat kesehatan, dan jasa pelayanan kesehatan yang terkait langsung dengan kesehatan/jiwa konsumen.

Mengumumkan undian tidak secara transparan dicontohkan dalam pasal 14 diatas yaitu mengumumkan hasil undian tidak dilakukan melalui media massa. Transparansi dalam hal ini diperlukan agar semua masyarakat sebagai konsumen dapat mengetahui hasil pengumuman tersebut sehingga dapat menghilangkan kesan bahwa hadiah hanya diberikan pada orang-orang tertentu.

Dalam pasal 15 cukup jelas diketahui bahwa tidak boleh ada unsur paksaan dalam menawarkan suatu barang. Sebab dalam ketentuan pasal 15 ini cara paksaan yang menempatkan posisi konsumen menjadi lemah Sementara itu dalam pasal 16 UUPK intinya tertuju pada perilaku pelaku usaha yang tidak menepati pesanan dan/atau tidak menepati pesanan dan/atau tidak menepati kesepakatan waktu penyelesaian sesuai dengan yang dijanjikan termasuk pelayanan dan/atau prestasi.

Berdasarkan pernyataan per pasal, secara singkat hal-hal yang dilarang dilakukan oleh pelaku usaha dalam UUPK adalah sebagai berikut :

1. Memproduksi barang dan jasa yang tidak sesuai standar
2. Memproduksi barang yang takaran dan timbangannya tidak sesuai dengan label
3. Memproduksi barang atau jasa yang kondisinya tidak sesuai dengan label
4. Tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa suatu produk
5. Tidak mengikuti ketentuan produksi halal
6. Tidak memasang label informasi dan cara penggunaan
7. Memproduksi barang cacat dan bekas tanpa informasi yang jelas
8. Memproduksi obat dan makanan yang berbahaya bagi kesehatan tubuh
9. Mengadakan undian tanpa transparansi pengundian hadiah.
10. *Overclaim* atau melebihi lebihkan manfaat suatu produk
11. Jual beli dengan paksaan
12. Mengiklankan suatu produk tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya.

Berdasarkan penjelasan di atas, hampir seluruh poin-poin UUPK dapat penulis ambil kesimpulan seluruh transaksi yang dilarang UUPK juga termasuk kedalam transaksi yang dilarang menurut hukum islam. Secara gambling keduanya tidak menyetujui usaha memperoleh keuntungan dengan tidak mengedepankan keselamatan konsumennya. Keduanya sepakat melarang bentuk usaha yang dapat menimbulkan kerugian baik secara moral maupun material, seperti larangan memberikan informasi yang tidak sesuai dengan keadaan sebenarnya atas produk yang di promosikan, jumlah takaran atau timbangan yang tidak sesuai, juga memasarkan produk non-halal tanpa label.

D. KESIMPULAN

Perlindungan Konsumen adalah suatu upaya yang dilakukan untuk memberikan kepastian hukum khususnya kepada konsumen untuk dapat mendapatkan posisi yang seimbang dalam hukum. Perlindungan konsumen

juga menjamin hak hak dan mengatur kewajiban kewajiban yang harus dipenuhi baik oleh produsen maupun konsumen. Dalam upaya mewujudkan tujuan perlindungan konsumen islam telah mengatur hal-hal ini dalam Al-Qur'an maupun hadist yang di wahyukan kepada Rasulullah SAW. Selain itu pemerintah Indonesia juga membentuk UUPK yang dibentuk pada 20 April 1999. Dalam beberapa aspek seperti asas dan tujuan, hal-hal yang dilarang dilakukan oleh pelaku usaha, hak dan kewajiban konsumen, pencantuman klausula baku, serta bentuk pertanggung jawaban yang harus dilakukan ketika terjadi permasalahan yang menimbulkan kerugian di salahsatu pihak. Baik dalam Hukum islam maupun UUPK keduanya memiliki komponen yang sejalan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abd. Haris Hamid, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Makassar : SAH MEDIA 2017.
- Departemen Pendidikan Nasional. (2008). *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta : Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional 2008.
- Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 43/DSN-MUI/VIII/2004 tentang Ganti Rugi (Ta'widh)
- Ghofar Shidiq, *Teori Maqashid Syari'ah dalam Hukum Islam*; Universitas Sultan Agung Vol XLIV 2009, no. 118.
- Ika Yunia Faiza, *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta : KENCANA 2012.
- Nurhalis, *Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen No.8 Tahun 1999*, Lombok Timur : Institut Agama Islam Hamzanwadi (IAIH) 2015.
- Rosmawati *Pokok-pokok Hukum Perlindungan konsumen* Depok : Kencana, 2018.
- Saptono Raharjo, *Undang Undang Perlindungan Konsumen*, Jakarta : Gramedia 2012.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : ALFABETA . Veithzal R & Antoni Nizar Usman,(2012) *Islamic Economic & Finance*, Jakarta : Gramedia 2012.
- Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen* Jakarta : KENCANA 2012.