



PERLINDUNGAN KONSUMEN DARI PRAKTIK PENIPUAN KOMERSIAL

DALAM EKONOMI ISLAM

(Studi Kasus di Pasar Desa Indralaya Mulya Kabupaten Ogan Ilir)

TESIS

**Diajukan Untuk Melengkapi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Magister Ekonomi Syariah
(M.E.Sy) Dalam Program Studi Ekonomi Syariah**

Oleh:

**WITRY OCTASARI
ARITONANG NIM. 1386169**

**PROGRAM STUDI EKONOMI
SYARI'AH PRODI PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH
PALEMBANG**

2015

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui praktik-praktik penipuan komersial yang dilakukan oleh para pedagang ikan kepada konsumen yang ada di Pasar Indralaya Mulya, mengetahui penipuan komersial dalam perspektif ekonomi Islam di Pasar Indralaya Mulya, serta mengetahui solusi ekonomi Islam dalam memberikan perlindungan kepada konsumen dari berbagai macam praktik penipuan komersial yang banyak terjadi di Pasar Indralaya Mulya Kabupaten Ogan Ilir, yang sesuai dengan ketentuan Islam. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yaitu metode yang menengahkan bahasa-bahasa verbal dalam data-data dan tidak berbentuk numerik, sedangkan sumber data terbagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Penelitian ini menggunakan tiga alat pengumpul data yang meliputi: (1) observasi (2) wawancara, dan (3) dokumentasi. Selanjutnya seluruh data dikumpulkan dan dianalisis secara deskriptif kualitatif yaitu, menguraikan data, menganalisis sampai menemukan jawaban dari tiga pertanyaan yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini yaitu: (1) Bagaimana praktik penipuan komersial yang terjadi di Pasar Indralaya Mulya Kabupaten Ogan Ilir? (2) Apa penipuan komersial yang ada di Pasar Indralaya Kabupaten Ogan Ilir dalam perspektif ekonomi Islam? (3) Bagaimana solusi ekonomi Islam dalam memberikan perlindungan bagi konsumen di Pasar Indralaya Mulya Kabupaten Ogan Ilir. Temuan dalam penelitian ini adalah Terdapat berbagai jenis penipuan dan kecurangan, yang dilakukan pedagang kepada konsumen di Pasar Indralaya Mulya, mulai dari penipuan dengan menjual tahu putih yang mengandung formalin. Sampai dengan penipuan pengurangan berat barang saat ditimbang pada beberapa jenis pedagang ikan yang ada di pasar Indralaya Mulya kabupaten Ogan Ilir. Sedangkan Penipuan komersial dalam perspektif Ekonomi Islam di pasar Indralaya Mulya yang paling mendominasi adalah penipuan dalam bentuk *gharar*, *gharar* dari segi berat keseimbangan pada timbangan, dan *gharar* dari segi kualitas barang dagangan dengan menggunakan bahan makanan berformalin. Penipuan-penipuan yang mendominasi pasar, Ekonomi Islam memberikan solusi untuk melindungi konsumen yang dirugikan atas tindakan curang pedagang di Pasar Indralaya Mulya, yaitu memanfaatkan lembaga berwenang yang dibentuk oleh pemerintah untuk mengawasi dan mengontrol langsung pasar, seperti (polisi, badan pengelolaan kesejahteraan pedagang di pasar dan badan kesehatan daerah), pemerintah harus memeriksa secara rutin alat timbangan para pedagang, serta memberikan sanksi tegas, berupa penyitaan barang dagangan milik penjual, bahkan bisa berupa hukuman penjara serta ganti rugi kepada konsumen yang telah dirugikan, agar para pelaku usaha curang dalam berdagang merasakan efek jera dari sanksi tersebut, dan tidak mengulangi perbuatan curang lagi.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Salah satu keunikan ajaran Islam adalah agama mengajarkan para penganutnya untuk melakukan praktik ekonomi berdasarkan norma-norma dan etika Islam, nilai-nilai dasar ekonomi yang bersumber kepada ajaran tauhid syari'ah, seperti: keseimbangan, kesatuan, tanggung jawab dan keadilan merupakan nilai-nilai yang fundamental dalam bidang ekonomi.¹

Syari'at Islam merupakan suatu proses membinabagi masyarakat, dalam rangka pencapaian kesejahteraan dan kebahagiaan hidup umat manusia. Dasar-dasar hukum dan peraturan dimaksudkan untuk memudahkan umatnya dalam menjalankan perintah Allah swt. Berfungsi untuk mendidik, melalui perintah dan larangan. Semua aturan tersebut memberikan pengaruh yang luar biasa bagi jiwa-jiwa kaum muslimin.²

Berdasarkan Alquran dan Hadis, Islam memberikan solusi bagi setiap permasalahan ekonomi yang terjadi pada masyarakat, seperti praktik penipuan komersial. Sebagai umat Islam berkeyakinan bahwa Islam yang bersumber dari Alquran dan Hadis merupakan landasan dalam mencari solusi untuk penyelesaian setiap permasalahan.

¹ Yadi Janwari, *Lembaga-Lembaga Perekonomian Syari'ah*, (Bandung: Pustaka Mulia dan Fakultas Syari'ah IAIN Sunan Gunung Djati, 2000), h. 8

² Ahmad Hasan Syuribiji, *Makalah tentang Islam dan Permasalahannya*, (Bandung: Dâ'wah, 1416-1996), h. 7

Penipuan komersial merupakan tindak kejahatan dalam ekonomi dan perdagangan yang secara luas, bahkan sudah ada sejak dimulainya efek perdagangan, baik perdagangan dalam negeri maupun perdagangan Internasional. Adapun penipuan atau kecurangan yang terjadi dalam pasar domestik antara pedagang dengan pedagang atau para pedagang dengan konsumennya.

Pemerintahan telah membuat peraturan secara khusus untuk mengantisipasinya, adapun secara internasional, dilakukan kesepakatan internasional untuk memerangi penipuan tersebut, yang harus diterapkan dan ditaati oleh masing-masing. Akan tetapi sebagian besar sistem dan aturan dalam negeri maupun kesepakatan Internasional tersebut, selalu diadakan revisi atau perubahan-perubahan yang semuanya bertujuan untuk menanggulangi penipuan atau kecurangan dalam praktik perdagangan. Meskipun praktik tersebut semakin menyebar dari waktu ke waktu.³

Hingga saat ini, penipuan dan kecurangan dalam praktik perdagangan yang terjadi di masyarakat kita masih terus-menerus berlangsung, hingga ke pasar-pasar yang ada di Indonesia. Tidak hanya terjadi dipasar modern (mal-mal), tetapi juga terjadi di pasar-pasar tradisonal. Praktik-praktik penipuan yang ada saat ini salah satunya terjadi di pasar tradisional Indralaya Mulya Kabupaten Ogan Ilir.

Dimana setiap harinya pasar yang berada di Indralaya ini, ramai dengan berbagai transaksi jual-beli, baik barang maupun jasa-jasa yang tersedia di pasar, dengan mayoritas pedagang (penjual) dan pembeli (konsumen) penganut Islam

³ Syuribiji, Mak

(muslim). Tetapi pasar yang selama tampak Islami, ternyata juga tidak bebas dari praktik-praktik penipuan oleh para pedagang atau produsen curang, dalam memasok, memasarkan (distributor), dan menjual barang-barang mengandung bahan pengawet yang membahayakan atas kehidupan manusia, atau sering disebut dengan formalin. Padahal jenis-jenis makanan ini dikonsumsi oleh mayoritas masyarakat kecamatan Indralaya Mulya dalam kehidupan sehari-hari.⁴

Selain penjual makanan yang mengandung bahan-bahan berformalin, juga terdapat kecurangan para pedagang di pasar, seperti kecurangan dalam hal ukuran berat timbangan pedagang ikandalam praktikjual-beli. Sebagaimana hasil observasi yang telah dilakukan oleh mahasiswa dan mahasiswi Kedokteran UNSRI pada tanggal 10 Januari 2015.⁵Menyimpulkan bahwa terdapat beberapa pedagang yang menjual tahu putih dan mie kuning basah, mengandung dan menggunakan bahan-bahan yang dapat membahayakan nyawa manusia, yaitu bahan pengawet formalin.⁶

Perlindungan atas konsumen merupakan hal yang sangat penting dalam ekonomi Islam. Telaah atas perlindungan konsumen Muslim atas produk barang dan jasa, menjadi sangat penting setidaknya disebabkan oleh beberapa hal, antarlain, bahwa konsumen Indonesia yang beragama Islam, berhakmendapatkan

⁴Observasi kepada masyarakat pasar Indralaya Mulya, Kabupaten Ogan Ilir. Tanggal 10 Januari 2015.

⁵Observasi pada tanggal 10 Januari 2015.

⁶Kedokteran UNSRI “Penelitian Pasar Desa Indralaya”. Tanggal 10 Januari 2015.

perlindungan akan segala jenis produk barang dan jasa, yang sesuai dengan kaidah-kaidah sangat dibutuhkan keberadaannya.⁷

Perlindungan konsumen menempati posisi kajian signifikan, karena mengandung prinsip esensial dalam perekonomian, yaitu melindungi kepentingan para konsumen. Konsumen biasanya berada dalam posisi yang lemah, dan karenanya dapat menjadi sasaran eksploitasi dari pelaku usaha yang secara sosial dan ekonomi mempunyai posisi yang kuat. Oleh karena itu, diperlukan seperangkat aturan hukum yang dapat melindungi atau memberdayakan konsumen. Perlindungan konsumen merupakan hak warga negara yang pada sisi lain merupakan kewajiban negara untuk melindungi warga negaranya, khususnya atas produk yang baik dan berkualitas.⁸

Berdasarkan hal tersebut, maka masyarakat Islam (konsumen Muslim) harus mendapatkan perlindungan atas kualitas mutu barang dan jasa, serta tingkat kehalalan suatu barang dan jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha. Perlindungan konsumen merupakan hak warga negara yang pada sisi lain merupakan kewajiban negara untuk melindungi warga negaranya, khususnya atas produk yang halal dan baik.⁹

Perlindungan konsumen ini adalah jaminan yang seharusnya didapatkan oleh para konsumen atas setiap produk bahan makanan yang dibeli dari produsen atau pelaku usaha. Saat ini, ada saja para produsen tidak mementingkan kesehatan

⁷Fokky Fuad, *Etika Bisnis dan Perlindungan Konsumen*, <http://uai.ac.id/2011/04/13/opini-ilmiah-hukum/>. 2014, h. 1

⁸Sidabalok Janus, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Bandung: Citra Aditya Bhakti, 2006), h. 9

⁹Akhmad Mujahidin, "Etika Bisnis Dalam Islam (Analisis Terhadap Aspek Moralitas Pelaku Bisnis)" *Hukum Islam*, 2005, h. 216. Vol. IV No. 2

dan keselamatan konsumennya, karena sering kita jumpai pelanggaran-pelanggaran dilakukan oleh pihak produsen kepada pihak konsumen. Bahkan para pelaku usaha khususnya para pedagang.¹⁰

Memperlihatkan minimnya atau ketiadaan perlindungan konsumen serta suatu bentuk pelanggaran terhadap hak konsumen. Walaupun payung hukum telah cukup namun belum berhasil untuk menjamin bahwa konsumen benar-benar terlindungi. Model pengawasan yang dilakukan oleh Pemerintah selama ini dirasakan sangat jauh dari optimal. Demikian pula sosialisasi kepada masyarakat mengenai zat-zat yang merusak kesehatan tubuh seperti formalin itu.

Ironisnya, ini justru terjadi di Negara kita Indonesia khususnya daerah Indralaya Mulya Kabupaten Ogan Ilir. Atas dasar kondisi tersebut, maka sangat diperlukan adanya suatu kajian baru tentang perlindungan konsumen dari praktik penipuan dan kecurangankomersial dalam perspektif ekonomi Islam, terutama disektor perdagangan khususnya pedagang tahu putih, mie kuning basah, dan pengurangan kadar/berat timbangan pedagang ikan dalam jual-beli.

Dengan demikian perlindungan konsumen dari berbagai praktik penipuan komersial di tempattahu putih, mie kuning basah, dan tempat penjualan ikan, tentu akan semakin tampak menarik untuk dikaji dan diteliti, jika membedahnya dengan sudut pandang yang berbeda dengan penelitian lain yang telah ada selama ini. Salah satunya adalah pengkajian dengan menggunakan sudut pandang perspektif ekonomi Islam.

¹⁰FokkyFuad, *Etika Bisnis dan perlindungan Konsumen*, <http://uai.ac.id/2011/04/13/opini-ilmiah-hukum/>. 28 April 2014, h. 2

Dalam hal ini, peneliti mencoba mengkomodasikan konsep tinjauan ekonomi Islam dalam memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktik-praktik penipuan komersial dengan perbandingan di lapangan pada pedagang-pedagang tahu putih, mie kuning basah, pengurangan berat timbangan di tempat penjualan, melalui penelitian yang dilaksanakan pedagang-pedagang tahu putih, mie kuning basah, dan tempat menjual ikan, yang telah berkembang di Indralaya Mulya Kabupaten Ogan Ilir, yaitu terdiri dari penjual tahu putih D, I, M, W, B, N, M, R, M, N, T, T, dan Mi. Serta beberapa penjual ikan lainnya.¹¹

Dalam Islam ada berbagai contoh kecurangan-kecurangan pada takaran (timbangan) yang terjadi pada masa dahulu diantaranya pada masa kaum Anshar (kaum Madinah).¹² Mereka biasa melakukan kecurangan dalam mengurangi timbangan, begitu banyak kecurangan-kecurangan yang terjadi pada masa itu maka Allah swt menurunkan ayat Alqur'an yaitu yang terdapat dalam surah al-Muthaffifin ayat 1-5.¹³

Allah swt. Mencontohkan/menceritakan tentang kisah-kisah umat sebelumnya/terdahulu untuk mengambil pelajaran, pada topik kecurang dalam berdagang maka Allah menurunkan ayat yang mana ayat ini menceritakan tentang hikayat pada kaum nabi Syueb kaum Madiyan yang melakukan kerja sama/perserikatan/bersekutu pada masa nabi Daud as. Bahkan hancurnya kaum bani madiyan yaitu karena banyak melakukan kecurangan-kecurangan dalam hal mengurangi timbangan. Kemudian pada Kaum Yahudi dahulu menjual melakukan

¹¹ Pengelolaan pasar Indralaya Mulya Kabupaten Ogan Ilir Tahun 2015.

¹² Q.S. al-Muthaffifin, (83): 1-5

¹³ Ahmad Hasan Syuribiji, *Mak* (Iskandariyah: D *â*ad-Da'wah, 1416-1996), h. 27

kecurangan/Kejahatan dalam usaha, dalam hadits pun dijelaskan bahwasannya sifat mencurang dalam berdagang kecurangan itu menyakitkan. Dan barang siapa yang membawa senjata, maka itu bukanlah dari golonganku.¹⁴

Kecurangan atau penipuan pada takaran (timbangan) masih terus berlangsung hingga ke pasar tradisional desa Indralaya Mulya. Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, terdapat beberapa penipuan kecurangan atau penipuan yang ada di pasar desa Indralaya yaitu menggunakan bahan kimia formalin pada makanan jenis tahu putih, dan pengurangan berat barang saat ditimbang pada pedagang ikan berjenis: ikan lele, kerang, ikan nila, ikan patin, ikan gabus, ikan baung, ikan sepat/ikan betok, dan ikan laut.

Berdasarkan kecurangan dan penipuan yang terdapat di pasar Indralaya Mulya Kabupaten Ogan Ilir, peneliti akan membahas masalah **“Perlindungan Konsumen dari Praktik Penipuan Komersial dalam Ekonomi Islam (Studi Kasus di Pasar Desa Indralaya Mulya Kabupaten Ogan Ilir)”**

B. Batasan Masalah

Berbagai kajian yang membahas tentang bermacam-macam paraktek penipuan komersial dilihat dari berbagai perspektif, baik secara konseptual maupun secara praktiknya di Indonesia, khususnya praktik penipuan komersial yang terjadi di pasar Indralaya Mulya. Dalam penelitian ini penulis membatasi permasalahan dengan memberikan batasan masalah agar pembahasan yang akan dibahas tidak meluas dan sesuai dengan pokok kajian.

¹⁴ Ahmad Hasan Syuribiji, *Makalah* (Indralaya: Dâ'wah), h. 28-29

Studi ini dibatasi secara konseptual yang fokus pada praktik penipuan komersial seperti: *pertama*, praktik-praktik penipuan komersial dalam hal pengurangan berat keseimbangan pada (timbangan)pedagang ikan seperti: ikan lele (*Clarias Batrachus Fish*), kerang (*Shell Fish*), ikan nila (*Oreochromis Niloticus Fish*), ikan patin (*Pangasius Fish*), ikan gabus (*Channa Striatus Fish*), ikan baung (*Mystus Nigriceps Fish*), ikan sepat/ikan betok(*Trichogaster Pectoralis Fish*), dan ikan laut (*Tuna Fish*) dalam transaksi jual-beli. *kedua*, praktik penipuan komersial yang ada pada makan-makanan yang dapat membahayakan nyawa manusia seperti makanan yang mengandung bahan kimia berformalin antara lain: tahu putih, dan mie kuning basah.

C. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah diatas, maka disusunlah rumusan masalah yang terangkum dalam dua pertanyaan penelitian:

1. Bagaimanapraktik penipuan komersial yang terjadi di Pasar Indralaya Mulya Kabupaten Ogan Ilir?
2. Apapenipuan komersial yang ada di Pasar IndralayaKabupaten Ogan ilirdalam perspektif ekonomi Islam?
3. Bagaimana solusi ekonomi Islam dalam memberikan perlindungan bagi konsumen di PasarIndralaya Mulya Kabupaten Ogan Ilir?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Menganalisis tentang praktik-praktik penipuan komersial yang terjadi di Pasar Indralaya Mulya Kabupaten Ogan Ilir.
2. Menjelaskan tentang penipuan komersialada di Pasar Indralaya Mulya Kabupaten Ogan Ilir dalam Persfektif Ekonomi Islam.
3. Menganalisis tentang solusi Islam dalam memberikan perlindungan bagi konsumen di pasar Indralaya Mulya Kabupaten Ogan Ilir.

E. Manfaat Penelitian :

Penelitian mengenai perlindungan konsumen dari praktik penipuan komersial dalam ekonomi Islam (studi kasus di pasar Indralaya Mulya) ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi yang positif, konstruktif dan inovatif bagi perkembangan perbendaharaan ilmu pengetahuan pada umumnya dan khazanah keilmuan Ekonomi Islam¹⁵, khususnya tentang perlindungan terhadap konsumen dari praktik-praktik penipuan yang terjadi.

2. Secara praktis

Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat dan sumbangsih bagi perkembangan sektor ekonomi Islam dan menjadi modal

¹⁵Heni Uswatun Hasanah, Tesis “*Pemikiran Konsumsi Al-Ghazali Dan Relevansinya Terhadap Perekonomian Modern*”, Palembang, 2015, h.10

pengetahuan dasar baik bagi para pembeli sebagai konsumen maupun penjual terhadap tanggung jawab mereka selaku pedagang, serta berguna mengurangi dan menekan tingginya tindak pelanggaran hak-hak konsumen.

F. Tinjauan Pustaka

Masalah perlindungan konsumen merupakan suatu fenomena yang kurang di perhatikan dalam dunia bisnis. Sebagian besar rakyat Indonesia tidak memperhatikan terhadap hak-hak mereka, sehingga menyebabkan hak mereka sebagai konsumen menjadi tidak terpenuhi serta terabaikan. Hal yang sedemikian inilah yang menjadi tampak menarik dan problematik untuk diteliti. Oleh karena itu perlu adanya suatu kajian baru yang bersifat komprehensif dan menyeluruh.

Maka setelah dilakukan penelurusan awal berkenaan perlindungan konsumen, baik dalam hukum Islam maupun ekonomi syariah, maka dapat disimpulkan bahwa sampai saat ini belum ditemukan tulisan yang membahas tentang penerapan etika bisnis terhadap perlindungan konsumen menurut tinjauan ekonomi Islam. Meskipun demikian, terdapat beberapa tulisan yang membahas dengan tema yang hampir sama, yaitu:

Tesis yang disusun oleh Annisa Sayyid (2008) meneliti tentang *“Perlindungan Konsumen Pada Produk dan Jasa Investasi Perbankan Syariah menurut Perspektif Fiqh Ekonomi Islam (studi Kasus di Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta)”*. Hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa “pelaksanaan perlindungan konsumen pada produk dan jasa investasi perbankan syariah harus didasarkan pada kaidah-kaidah yang bersumber dari Alqur’an, Sunnah, serta dalil fiqh ekonomi Islam. Dengan adanya sumber-sumber

tersebut dilaksanakan maka dapat memberikan ketetapan dan ketentuan nilai-nilai dasar dan prinsip-prinsip umum yang penerapannya bersifat dinamis dan elastis sesuai dengan perkembangan zaman. Yang menjadi persamaan dari penelitian diatas yaitu terletak pada variabel yang membahas tentang perlindungan konsumen yang didasarkan pada kaidah-kaidah dasar yang bersumber dari Alquran, Hadis, dan fiqh tentang ekonomi Islam. Namun yang menjadi perbedaan dari penelitian diatas dengan penelitian ini yaitu terletak pada bagaimana ekonomi Islam memberikan perlindungan kepada konsumen untuk melakukan transaksi jual-beli dari praktik-praktik penipuan komersial.¹⁶

Tesis yang disusun oleh Agung Ayu Diah Indrawati (2011) yang berjudul "*Perlindungan Hukum Konsumen dalam Pelabelan Produk Pangan*" menyimpulkan bahwa ketentuan pelabelan produk pangan sebagaimana diatur dalam PP No. 69 Tahun 1999 belum memenuhi asas-asas perlindungan konsumen yakni asas manfaat, keadilan, keseimbangan, keselamatan dan kepastian hukum. Hal mana dapat dilihat dari pengertian label sendiri yang masih menimbulkan persoalan. Dimensi perlindungan hukum bagi konsumen dapat meliputi berbagai aspek dan dapat dilakukan dengan berbagai instrumen, yaitu instrumen hukum perdata, instrumen hukum pidana dan juga instrumen hukum administrasi. Adapun yang menjadi perbedaan dari penelitian diatas dengan penelitian ini adalah penelitian diatas membahas tentang perlindungan hukum konsumen yang telah diatur dalam hukum positif yang berlaku di Indonesia,

¹⁶Annisa Sayyid "*Perlindungan Konsumen Pada Produk dan Jasa Investasi Perbankan Syariah menurut Perspektif Fiqh Ekonomi Islam (studi Kasus di Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta)*". Yogyakarta. Tahun 2008.

sedangkan penelitian ini membahas tentang perlindungan konsumen yang telah diatur dalam Alquran dan Hadis.¹⁷

Sedangkan dalam tesis lain yang disusun oleh Bagus Hanindyo Mantri (2007) yang berjudul “*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce*” menyimpulkan bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen yang seharusnya diatur meliputi perlindungan hukum dari sisi pelaku usaha, dari sisi konsumen, dari sisi produk, dari sisi transaksi. Ketiga permasalahan permasalahan yang timbul dalam perlindungan hukum terhadap konsumen terdapat 2 (dua) permasalahan yaitu pertama permasalahan yuridis, meliputi keabsahan perjanjian menurut KUHPerdara, Penyelesaian sengketa dalam transaksi *e-commerce*, UUPK yang tidak akomodatif, tidak adanya lembaga penjamin toko *online* kedua permasalahan non yuridis meliputi, keamanan bertransaksi dan tidak pahamnya konsumen dalam bertransaksi *e-commerce*. Tesis ini dan tesis yang disusun oleh Agung Ayu Diah Indrawati membahas hal yang sama yaitu perlindungan hukum terhadap konsumen yang berdasarkan hukum positif di Indonesia. Perbedaan yang lebih menarik lagi antara penelitian ini penelitian yang lain diatas yaitu terdapat dalam variabel produk¹⁸.

Syukri (2009) dalam tesisnya yang berjudul “*Analisis Terhadap Perlindungan Hukum Konsumen Listrik : Studi Pada PT PLN Ranting Dewantara di Kabupaten Aceh Utara*” dapat disimpulkan bahwa secara struktural perlindungan konsumen listrik masih sangat lemah, karena Undang-undang

¹⁷Agung Ayu Diah Indrawati “*Perlindungan Hukum Konsumen dalam Pelabelan Produk Pangan*”. 2011.

¹⁸Bagus Hanindyo Mantri “*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce*”. 2007.

Nomor 15 Tahun 1985 tentang Ketenagalistrikan tidak memuat pengaturan tentang hak-hak konsumen listrik. Belum maksimalnya penegakan hukum, serta belum melembaganya lembaga penyelesaian sengketa konsumen listrik yang lebih akomodatif terhadap kepentingan konsumen, membuat atmosfer perlindungan hukum konsumen listrik masih jauh dari memuaskan. Selain itu hambatan/kendala yang dihadapi oleh konsumen listrik antara lain adalah kurangnya tingkat pengetahuan konsumen listrik terhadap perlindungan hak-hak mereka yang dijamin oleh undang-undang serta kurangnya informasi yang mereka terima tentang upaya penyelesaian sengketa yang timbul dari pelanggaran yang dilakukan pihak PLN terhadap hak-hak mereka tersebut. Penelitian diatas membahas masalah perlindungan hukum konsumen listrik PT. PLN Aceh Utara. Seperti penelitian-penelitian sebelumnya yaitu membahas masalah perlindungan hukum konsumen yang berdasarkan pada undang-undang dan peraturan pemerintah. Penelitian diatas membahas masalah perlindungan konsumen listrik, sedangkan penelitian yang akan dibahas oleh penulis yaitu sejauh mana Islam melindungi konsumen dari praktik-praktik penipuan yang terjadi.¹⁹

Emmy Saragih (2009), dalam tesisnya yang berjudul "*Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Perjanjian Pembelian Perumahan Pada PT. Prima Sarana Mandiri*" dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam pelaksanaan perjanjian pengikatan jual beli perumahan di Kota Medan, pengembang secara seragam memberlakukan perjanjian baku (*standart contract*) dalam setiap perjanjian pengikatan jual beli rumah, dimana seluruh isi dari perjanjian jual beli

¹⁹ Syukri "*Analisis Terhadap Perlindungan Hukum Konsumen Listrik : Studi Pada PT PLN Ranting Dewantara di Kabupaten Aceh Utara*". Aceh Utara. 2009

tersebut ditentukan secara sepihak oleh pengembang yang posisinya lebih kuat dibanding konsumen. Penggunaan perjanjian baku (*standart contract*) tersebut banyak menimbulkan kerugian bagi konsumen pembeli rumah karena ternyata pengaturan hak dan kewajiban dalam perjanjian baku tersebut tidak seimbang dan cenderung menguntungkan pengembang. Meskipun telah dirugikan oleh pengembang, namun kebanyakan konsumen tidak mengetahui bagaimana cara meminta pertanggung jawaban pengembang melalui jalur hukum. Seharusnya konsumen yang telah dirugikan tersebut dapat meminta pertanggung jawaban pengembang melalui pengadilan atau melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) sesuai Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) Nomor 8 Tahun 1999.²⁰

Ni Nengah Werdhyasari (2012). Dalam tesisnya yang berjudul “*Perlindungan Konsumen Dalam Kontrak Baku Ecommerce Lintas Negara Di Indonesia*”. Inti dari penelitian ini mengenai perlindungan konsumen dalam kontrak baku *ecommerce* lintas negara di Indonesia merupakan penelitian normatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengevaluasi kedudukan hukum konsumen dalam kontrak baku *ecommerce* lintas negara di Indonesia.²¹

Ni Putu Ria Dewi Marheni (2013). Tesis yang berjudul tentang “*Perlindungan hukum terhadap konsumen berkaitan dengan pencantuman Disclaimer oleh pelaku usaha dalam situs internet (website)*”. bentuk pengaturan

²⁰ Emmy Saragih (2009), dalam tesisnya yang berjudul “*Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Perjanjian Pembelian Perumahan Pada PT. Prima Sarana Mandiri*”. 2009

²¹ Ni Nengah Werdhyasari (2012), dalam tesisnya yang berjudul “*Perlindungan Konsumen Dalam Kontrak Baku Ecommerce Lintas Negara Di Indonesia*”, Yogyakarta: Program studi Magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana Universitas atma jaya. 2012.

hukum terhadap pencantuman *disclaimer* di Indonesia ditinjau dari Undang-undang No.11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang secara khusus (*lex specialis derogate legi generali*) mengatur kegiatan di dunia maya, masih belum jelas. Namun, jika ditinjau dari segi perlindungan konsumen secara umum dalam Undang-undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, sebagian besar pencantuman *disclaimer* dalam situs internet (*website*) dapat dikategorikan sebagai klausula eksonerasi. Perlindungan hukum bagi konsumen di dunia maya sangat diperlukan untuk menjamin persamaan kedudukan antara pelaku usaha dan konsumen. Saat ini perlindungan hukum secara umum dapat diberikan kepada konsumen secara preventif dengan dibentuknya suatu Lembaga Sertifikasi Keandalan (LSK) dan secara represif melalui jalur litigasi dapat dilakukan dengan pengajuan gugatan perdata dan sanksi pidana berdasarkan Undang-undang No.11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.²²

Lia Catur Muliastuti (2010). Didalam tesisnya yang berjudul “Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Jual Beli melalui Media Internet”. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan bahwa pelaksanaan jual beli melalui media internet terdiri dari empat proses, yaitu penawaran, penerimaan, pembayaran, dan pengiriman, hambatan-hambatan dalam transaksi di internet, khususnya mengenai cacat produk, informasi dan *webvertising* yang tidak jujur atau keterlambatan pengiriman barang, dan umumnya mengenai pola pikir, minat,

²² Ni Putu Ria Dewi Marheni, tesis yang berjudul tentang “Perlindungan hukum terhadap konsumen berkaitan dengan pencantuman Disclaimer oleh pelaku usaha dalam situs internet (*website*)”, Denpasar: Program Pascasarjana Universitas Udayana Denpasar, h. x-xi. 2013.

dan kultur atau budaya masyarakat Indonesia. Perlindungan hukum bagi para pihak dalam perjanjian jual beli melalui media internet meliputi perlindungan hukum dalam perjanjian dan perlindungan hukum di luar perjanjian.²³

Anggia Dyarini M (2010) penelitian tesis dengan judul “Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha Perangkat Lunak Kepada Konsumen Kajian Perbandingan Lisensi Standard Software, Bespoke Software dan Customized Software”²⁴. Masalah yang dibahas mengenai permasalahan terhadap perangkat lunak timbul saat perangkat lunak tersebut tidak dapat mengakibatkan komputer bekerja untuk melakukan fungsinya berdasarkan kebutuhan konsumen, atau bahkan mengakibatkan kerugian terhadap konsumen. Selain itu, minimnya kesadaran dan pengetahuan konsumen serta lemahnya peraturan perundang-undangan di Indonesia kadangkala dimanfaatkan oleh pelaku usaha dalam transaksi yang tidak mempunyai itikad baik dengan mengesampingkan kewajiban dan tanggung jawab hukum pelaku usaha. Tesis ini membahas mengenai analisa yuridis sistem pertanggungjawaban pelaku usaha perangkat lunak terhadap konsumennya sebagai bentuk perlindungan konsumen di Indonesia. Penelitian tesis ini menggunakan metode penelitian yuridis normatif.

Dari beberapa penelitian yang telah dibahas sebelumnya terdapat beberapa persamaan dalam masalah perlindungan konsumen, namun penelitian ini berbeda

²³ Lia Catur Mastuti, 2010, *Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Jual Beli melalui Media Internet*, diakses dari URL: [eprints.undip.ac.id /23920/1/Lia_Catur_Muliasuti.pdf](http://eprints.undip.ac.id/23920/1/Lia_Catur_Muliasuti.pdf), pada tanggal 28 Agustus 2015.

²⁴ Anggia Dyarini M, 2011, *Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha Perangkat Lunak Kepada Konsumen : Kajian Perbandingan Liensi Standard Software, Bespoke Software dan Customized Software*, diakses dari : URL : www.Lontar.Ui.Ac.Id, Pada tanggal 28 Agustus 2015.

dalam hal membahas bagaimana perlindungan konsumen terkait dengan praktik-praktik penipuan menurut ekonomi Islam, yang bersumber pada Alquran dan Hadits, dan beberapa solusi untuk mengatasi praktik penipuan komersial yang dilakukan pedagang di pasar. Terutama yang menyangkut masalah makanan yang sering dimakan oleh sebagian besar masyarakat, seperti tahu putih dan mie kuning basah yang sekarang ini telah banyak mengandung cairan yang berformalin serta pengurangan berat barang pada timbangan.

G. Kerangka Teori

Pengertian Pasar

Pasar adalah tempat bertemunya pembeli dan penjual yang melakukan transaksi jual beli barang atau jasa.²⁵

Pasar menurut Ibnu Taimiyah

Faktor penyebab bergesernya penawaran dan permintaan, yaitu karena adanya tekanan pasar yang otomatis ataupun perbuatan yang melanggar hukum dari penjual. Adapun faktor lain yang mempengaruhi permintaan dan penawaran antara lain, adanya intensitas dan besarnya permintaan dan penawaran, adanya kelangkaan atau melimpahnya barang, kondisi kepercayaan dan diskonto dari pembayaran tunai. Harga pasar haruslah terjadi dalam pasar yang kompetitif dan tidak boleh ada penipuan.²⁶

²⁵Www. Http//Indonesia Pasar. Pasar Indonesia. Diakses pada tanggal 26 Desember 2015.

²⁶Adiwarman karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011),h. 13-14.

Pasar menurut Imam al-Ghazali

Menurut al-Ghazali pasar adalah bagian dari keteraturan yang alami. Al-Ghazali menekankan pentingnya keamanan jalur perdagangan dan infrastruktur yang baik, demi adanya pertumbuhan ekonomi.²⁷

Pasar Tradisional

Adalah pasar yang bersifat tradisional dimana para penjual dan pembeli dapat mengadakan tawar menawar secara langsung. Barang-barang yang diperjual belikan adalah barang yang berupa barang kebutuhan pokok.

Pasar Modern

Adalah pasar yang bersifat modern dimana barang-barang yang diperjual belikan dengan harga pas dan dengan layanan sendiri, seperti: mal, plaza, dan lainnya.

Pasar Internasional

Adalah pasar yang membeli dan menjual produk dari beberapa Negara, atau transaksi jual beli dengan jangkauan yang luas diseluruh dunia

Pengertian Konsumen

Konsumen berasal dari kata *consumer* (Inggris-Amerika), atau *consument* (Belanda). Secara harfiah arti kata consumer itu adalah lawan dari produsen (setiap orang yang menggunakan barang)²⁸. Tujuan penggunaan barang atau jasa

²⁷Ika Yunia Fuzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqasid al-Syari'ah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014), h. 219

²⁸Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, (Jakarta: Diadit Media, 2001), h. 3

itu nanti menentukan termasuk konsumen kelompok mana pengguna tersebut. Begitu pula kamus Bahasa Inggris-Indonesia memberi arti kata consumer sebagai *pemakai atau konsumen*.²⁹

Pada hakekatnya, konsumen mengandung pengertian yang sangat luas, secara definisi, semua kita termasuk konsumen. UUPK No. 8 Tahun 1999 Bab I, pasal 1, No. 2, Mendefinisikan Konsumen sebagai, “setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk yang lain dan tidak untuk diperdagangkan.”³⁰

Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen merupakan perlindungan yang diberikan, terutama secara hukum kepada konsumen (pihak yang melakukan akad dengan pihak lain dalam suatu bisnis untuk memperoleh barang dan jasa dari pihak yang mengadakannya. Perlindungan konsumen adalah perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya memenuhi kebutuhannya dari hal-hal yang dapat merugikan konsumen itu sendiri.

Fiqhyang berhubungan dengan perlindungan konsumen terkait dengan penyalahgunaan kelemahan pada konsumen biasanya terjadi pada 3 hal yaitu ketika transaksi belum berlangsung, ketika transaksi sedang berlangsung dan

²⁹ John M Echols dan Hasan Sadily, *Kamus Inggris-Indonesia*, (Jakarta: Gramedia, 1986), h.124.

³⁰ Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2004), h. 128-129.

ketika transaksi telah berlangsung³¹. Islam telah mengantisipasi hal tersebut di atas dengan menetapkan peraturan dalam perlindungan konsumen sebagai berikut:

1. Perlindungan dari pemalsuan dan informasi yang tidak benar (*gharar*).
2. Perlindungan terhadap hak pilih dan nilai tukar yang tidak wajar akibat mekanisme pasar yang monopolistik. Maka Islam menawarkan larangan praktik ribawi, monopoli persaingan yang tidak sehat, tidak memberlakukan *tas'ir* (*fixing price*). Berlakukan hukum khiyar, pelarangan jual beli *an-Najsy*, larangan jual beli *talaqi rukban* (cegat sebelum sampai pasar).
3. Perlindungan terhadap keamanan produk.
4. Hak mendapat advokasi dan penyelesaian sengketa. Dalam Islam semua warga Negara mempunyai hak dan kewajiban yang sama dihadapkan hukum. Sehingga hakim dalam memberlakukan para pihak harus adil dalam hal berdiri, duduk, berbicara, menoleh dan mendengar.
5. Perlindungan dari penyalahgunaan keadaan seperti *ihtikar*.³²
6. Hakganti rugi (*dhaman*) akibat negatif produk. *Dhaman* artinya menepati dengan dasar al-Qur'an, Sunnah dan Ijma. Syarat-syarat *dhaman* ada 3 yaitu penjaminan dan yang dijamin harus diketahui. Harta yang dijamin itu tetap ada waktu menjaminnya. Dan barangnya harus diketahui.³³

Pengertian Penipuan

³¹Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, h. 196.

³²Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, h. 140.

³³Muhammad dan Alimin, h. 149.

Penipuan berasal dari kata غشش, يغشاه, غشا yang artinya kecurangan/penipuan. Secara istilah penipuan yaitu memberikan suatu yang bohong/kebohongan didalam suatu yang hak.³⁴

Konsep Ekonomi Islam Terhadap Perlindungan konsumen dari Praktik Penipuan Komersial

Manusia tidak dapat lepas dari pergaulan bermuamalah. Oleh karena itu, Islam yang diturunkan untuk manusia, membawa suatu tuntunan dan sistem muamalah yang mengatur dengan rapi perhubungan dalam segala kebutuhan mereka. Ternyata, titik berat dari ajaran Islam diletakkan dalam soal muamalah. Disamping ajarannya yang pokok tentang keimanan dan ibadah kepada Tuhan, ajaran yang mengatur tentang muamalah untuk mengatur perhubungan sesama manusia.³⁵

Dalam ekonomi Islam pada setiap kegiatan bisnis diperlukan untuk memandu segala tingkah laku ekonomi di kalangan masyarakat Muslim. Etika bisnis dalam ekonomi Islam tersebut selanjutnya dijadikan sebagai kerangka praktis yang secara fungsional akan membentuk suatu kesadaran beragama dalam melakukan setiap kegiatan ekonomi (*religiousness economic practical guidance*).

Berdasarkan sifat-sifat tersebut, dalam konteks tanggungjawab sosial para pelaku usaha atau pihak pedagang di pasar dituntut bersikap tidak kontradiksi, secara disengaja antara ucapan dan perbuatan dalam bisnisnya.

³⁴ Ahmad Hasan Syuribiji, *Makalah* (Bandung: Dinar-Da'wah, 1416-1996), h. 15

³⁵ Abdullah Zaky Al Kaaf, *Ekonomi Dalam Perspektif Islam*, (Bandung: Pustaka Setia Bandung, 2002), h. 15

Mereka dituntut tepat janji, tepat waktu, mengakui kelemahan dan kekurangan (tidak ditutup-tutupi), selalu memperbaiki kualitas barang atau jasa secara berkesinambungan serta tidak boleh menipu dan berbohong.

H. Metode Penelitian

Kajian penelitian yang diangkat dalam tesis ini digolongkan dalam bentuk penelitian lapangan atau *field research*. Dalam hal ini, fenomena kehidupan yang ada dalam masyarakat menjadi unsur penting dalam kegiatan yang dilakukan untuk memperoleh data dalam penelitian ini.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif yaitu data yang tidak berupa angka. Metode yang mengetengahkan bahasa-bahasa verbal dalam data-data dan tidak berbentuk numerik³⁶. Suatu cara analisis hasil penelitian yang menghasilkan data deskriptif analitis, yaitu data yang dinyatakan oleh responden secara tertulis maupun lisan serta juga tingkah laku yang nyata, yang diteliti dan dipelajari sebagai sesuatu yang utuh.³⁷

Dalam pendekatan ini ditekankan pada kualitas data, sehingga dalam pendekatan ini penyusun diharuskan dapat memilah dan memilih data atau bahan mana yang memiliki kualitas dan bahan mana yang tidak relevan dengan materi penelitian. Untuk memperoleh kesimpulan dan analisis yang tepat, serta dapat mencapai hasil yang diharapkan dalam penelitian ini, maka dalam penulisan dan pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

Jenis Penelitian

³⁶ Syamsul Hadi Widyarini, "*Metodologi Penelitian Untuk Manajemen dan Akuntansi*", (Yogyakarta: EKONISIA Kampus Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, 2009), h. 69

³⁷ Mukti Fajar ND dan Yulianto Achmad, "*Dualisme penelitian hukum normative dan empiris*", (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2009), h. 192

Jenis penelitian ini termasuk penelitian lapangan yaitu penelitian yang langsung dilakukan di lapangan atau pada responden. Bogdan dan Taylor yang dikutip oleh Moelong, mengemukakan bahwa metode penelitian kualitatif adalah sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

Pendekatan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang menjadi fokus dalam penelitian ini, maka penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan memakai bentuk studi kasus. Kegiatan penelitian ini adalah mendeskripsikan secara intensif dan terperinci tentang gejala dan fenomena social yang diteliti yaitu mengenai masalah yang berkaitan dengan *praktik penipuan komersial* dan kecurangan-kecurangan yang terjadi. Dengan demikian penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif analisis, karena hasil dari penelitian ini berupa data deskriptif dalam bentuk kata tertulis atau lisan dan perilaku dari orang-orang yang diamati serta hal-hal lain yang berkaitan dengan masalah ini.³⁸

Lokasi Penelitian

Dalam hal ini peneliti mengambil lokasi penelitian di Pasar Indralaya Kecamatan Indralaya Mulya Kabupaten Ogan Ilir guna untuk memenuhi sumber informasi yang di butuhkan. Adapun alasan memilih lokasi tersebut adalah:

³⁸Rijalush Shalihin, Tesis “*Zakat Community Development (ZCD) Dalam Pembangunan Ekonomi Masyarakat Desa Teluk Payo Kecamatan Banyuasin Ii Kabupaten Banyuasin*, 2014, h. 10.

- a. Lokasi tersebut mempunyai begitu banyak penjual dan pembeli dari berbagai kecamatan yang setiap harinya melakukan berbagai transaksi jual-beli, untuk itu akan mempermudah peneliti dalam menjalankan proses penelitian.
- b. Dari hasil pengamatan pada lokasi tersebut mayoritas merupakan pedagang yang menjual bahan-bahan makanan yang biasa dikonsumsi masyarakat setiap hari, sehingga peneliti akan mudah dalam menentukan/mendapatkan informan sebagai sumber informasi dalam penelitian ini.

Sumber Data

Untuk mempermudah mengidentifikasi sumber data, bahwa yang dijadikan sumber data adalah, sumber data kualitatif yakni data yang diperoleh dari arsip-arsip pasar Indralaya Mulya dan dokumentasi yang berhubungan dengan penelitian ini.

Jenis Data

Ada dua jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, yakni:

- a. Data primer

Data primer adalah sumber data yang dapat memberikan data penelitian secara langsung dari objek penelitian tanpa melewati orang atau lembaga lain.³⁹ Adapun sumber data primer dalam penelitian ini adalah pedagang yang melakukan kecurangan/penipuan dan pembeli/konsumen yang mendapatkan ketidakadilan atas bahan-bahan makanan yang sehari-hari mereka beli dari para pedagang.

³⁹Joko P. Subagyo, "*Metode Penelitian dalam Teori dan Praktik*", (Jakarta: Rineka Cipta, 1997),h. 88.

b. Data sekunder

Jenis data sekunder adalah jenis data yang dapat dijadikan sebagai pendukung data pokok, atau dapat pula didefinisikan sebagai sumber yang mampu atau dapat memberikan informasi atau data tambahan yang dapat memperkuat data pokok⁴⁰. Adapun sumber data yang mendukung dan melengkapi sumber data primer adalah berupa buku, jurnal, majalah dan pustaka lain yang berkaitan dengan tema penelitian. Dalam tesis ini yang dijadikan sumber data sekunder adalah buku dan kitab referensi yang berhubungan dengan perlindungan konsumen dan penipuan komersial yang ditinjau dari ekonomi Islam.⁴¹

Metode Pengumpulan Data

Adapun metode yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

1. Populasi

Dalam penelitian kualitatif sebenarnya tidak menggunakan istilah populasi, namun lebih dikenal dengan istilah '*social situation*' atau situasi sosial yang terdiri atas tiga elemen yaitu: tempat (*place*), pelaku (*actor*), dan aktivitas (*activity*).⁴² Dan pada penelitian kualitatif berangkat dari kasus tertentu yang ada pada situasi sosial tertentu dan hasil kajiannya tidak akan diberlakukan ke

⁴⁰ Suryadi Suryabrata, "*Metodologi Penelitian*", (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998), h. 85.

⁴¹ Rijalush Shalihin, Tesis "*Zakat Community Development (ZCD) Dalam Pembangunan Ekonomi Masyarakat Desa Teluk Payo Kecamatan Banyuasin Ii Kabupaten Banyuasin*. 2014, h. 14-15.

⁴² Sugiyono, '*Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*', (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 297

populasi⁴³. Situasi sosial yang terjadi pada masyarakat di Pasar Indralaya Mulyadimana para pedagangnya banyak melakukan peraktek *penipuan* sesuai dengan survey awal yang dilakukan penulis.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua pedagang Pasar Indralaya Mulya, Kabupaten Ogan Ilir dengan jumlah 500 orang, penelitian ini adalah peneliti menggunakan *Purposive Sampling*. Namun yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah pedagang atau penjual yang menjual makanan seperti mie kuning basah, tahu putih berjumlah 13 pedagang, dan ikan yang berjumlah 46 pedagang, diantaranya: 16 pedagang ikan patin, 10 pedagang ikan nila, 6 pedagang ikan gabus, 4 pedagang ikan laut (tongkol), 4 ikan lele, 2 pedagang ikan baung, 2 pedagang ikan sepat, dan 2 pedagang kerang.

2. Sampel

Dalam penelitian kualitatif, teknik sampling yang umumnya digunakan adalah *purposive sampling* dan *snowball sampling*. *Purposive sampling* adalah cara pengambilan sampel yang sudah dipilih secara cermat, dengan ciri-ciri tertentu sehingga relevan dengan rancangan penelitian⁴⁴. Teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu, pertimbangan ini misalnya orang tersebut paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin informan yang paling cakap untuk dimintai keterangan dan data untuk memudahkan peneliti menjelajahi obyek/situasi sosial yang di teliti.⁴⁵

⁴³ Suryadi Suryabrata, "*Metodologi Penelitian*", h. 298

⁴⁴ Syamsul Hadi Widyarini, "*Metodologi Penelitian Untuk Manajemen dan Akuntansi*", (Yogyakarta: EKONISIA Kampus Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, 2009), h. 74

⁴⁵ Suryadi Suryabrata, "*Metodologi Penelitian*", h. 300

Purposive sampling adalah salah satu tehnik *non random sampling* dimana tidak semua anggota populasi diberi kesempatan untuk dipilih menjadi sampel. Untuk metode sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dan *snowball sampling*, dengan mengambil sampel dari populasi pedagang dan konsumen yang ada di di Pasar Indralaya Mulya.

Tekhnik pengumpulan data

Arikunto mengemukakan bahwa metode pengumpulan data adalah cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Setiap peneliti memerlukan data yang obyektif karena data merupakan suatu hal yang mendasar menentukan penelitian itu berhasil atau tidak.⁴⁶

Teknik yang peneliti gunakan untuk pengumpulan data adalah pengamatan, wawancara, dan dokumentasi.

1. Observasi, adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui suatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap objek sasaran.⁴⁷Metode ini juga bisa diartikan sebagai pengamatan atau pencatatan data sistematis fenomena yang diselidiki. Metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang praktik *penipuan komersial* yang dilakukan oleh para pedagang di pasar terhadap konsumennya.
2. Wawancara, adalah teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah, artinya pertanyaan datang dari pihak yang

⁴⁶ Rijalush Shalihin, Tesis “*Zakat Community Development (ZCD) Dalam Pembangunan Ekonomi Masyarakat Desa Teluk Payo Kecamatan Banyuasin Ii Kabupaten Banyuasin*”, 2014, h.16.

⁴⁷ Abdurrahmat Fathoni, “*Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*”, (Jakarta: PT. Asdi Mahasatya, 2006), h. 104.

mewawancarai dan jawaban diperoleh oleh yang diwawancarai⁴⁸. Peneliti menanyakan suatu hal yang telah direncanakan kepada responden. Pada wawancara ini peneliti dimungkinkan melakukan tanya jawab dengan responden seperti pedagang/penjual yang melakukan praktik penipuan komersial yang ada di Pasar Indralaya Mulya dan para konsumen yang ada di Pasar.

3. Dokumentasi, ialah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transaksi, buku, surat kabar, majalah, tesis, makalah, jenis-jenis karya tulis, agenda dan sebagainya.⁴⁹ Dalam tesis ini penulis menggunakan dokumentasi yang langsung diambil dari obyek penelitian yakni di Pasar Indralaya Mulya.

Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan upaya mencari dan menata secara sistematis semua catatan hasil wawancara, dokumentasi dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan⁵⁰. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan Analisis data deskriptif analisis yaitu cara penulisan dengan mengutamakan terhadap gejala, peristiwa dan kondisi aktual dimasa sekarang. Metode ini bertujuan untuk menggambarkan kondisiperlindungan konsumen dari praktik penipuan komersialdi Pasar Indralaya Mulya ditinjau dari perspektif Ekonomi Islam.

⁴⁸ Suryadi Suryabrata, “*Metodologi Penelitian*”, h. 105

⁴⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT. Ranika Cipta, 1998), h. 237.

⁵⁰ Neong Muhadjir, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Rake Sarasin, Ed.IV,2000), h. 133

I. Sistematika pembahasan

Sistematika pembahasan dibuat untuk memudahkan pemetaan data atau kumpulan fakta penelitian di lapangan, disamping itu juga memperjelas alur pikiran yang akan dibangun. Secara garis besar, format penyusunan tesis ini dikembangkan dalam lima bab. Dimana setiap bab terdiri beberapa sub bab. Adapun sistematika selengkapnya adalah sebagai berikut dibawah ini:

Bab I Pendahuluan. Pada bagian ini dibahas tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, telaah pustaka, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II Landasan Teori. Pada bagian ini dibahas tentang teori perlindungan konsumen dari praktik penipuan komersial dalam ekonomi Islam. Antara lain definisi konsumen, definisi penipuan komersial, definisi perlindungan konsumen faktor-faktor yang mendorong praktik penipuan komersial, dan lain sebagainya.

Bab III penanggulangan penipuan komersial yang terjadi di Pasar Indralaya Mulya. Pada bagian ini akan dibahas tentang sejarah berdirinya pasar Indralaya Mulya, sejarah perkembangan penipuan komersial, penanggulangan penipuan komersial antar umat Islam,

Bab IV hasil Analisa Dan Pembahasan Dari Hasil Penelitian. Pada bagian ini dibahas sebagaimana hasil dari penelitian berupa analisis tentang perlindungan umat Islam dari penipuan komersial dan pasar Islam sebagai cara untuk memerangi penipuan komersial, pandangan Islam berkenaan dengan

praktikpenipuan komersial yang terjadi di Pasar Indralaya Mulyadan solusi Islam dalam memberikan perlindungan bagi konsumen di Pasar Indralaya Mulya.

Bab V Penutup. Di dalam bagian terakhir ini akan dikemukakan tentang kesimpulan penelitian dan saran-saran yang dapat dipaparkan berdasarkan permasalahan peneliti.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Konsumsi

Konsumsi berasal dari bahasa Inggris, yaitu *to consume* yang berarti memakai atau menghabiskan. Konsumsi adalah pemakaian produk atau barang-barang hasil produksi (bahan makanan, pakaian, dan lain-lain), memakai atau menghabiskan, barang-barang yang langsung memenuhi keperluan hidup⁵¹. Konsumsi adalah “penggunaan jasa untuk memuaskan kebutuhan manusia⁵²”.

Paul A. Samuel Son dan Willan D Nor Haus Mengemukakan bahwa “Konsumsi dirumuskan sebagai pengeluaran untuk barang dan jasa seperti makan, pakaian, mobil, pengobatan dan perumahan”. Sedangkan menurut Afzalur al Rahman, “Konsumsi adalah permintaan dan pemanfaatan”⁵³.

Konsumsi adalah suatu kegiatan pemilihan kebutuhan yang dilakukan seorang terhadap berbagai macam barang, seperti kebutuhan akan makan, minum, kesehatan, pendidikan dan sebagainya⁵⁴. Konsumsi merupakan unit ekonomi pembelian suatu barang dan jasa beserta jumlahnya⁵⁵. Konsumsi adalah

⁵¹ Heni Uswatun Hasanah, Tesis “*Pemikiran Konsumsi Al-Ghazali Dan Relevansinya Terhadap Perekonomian Modern*”. Palembang, 2015, h. 30

⁵² Suherman Rasyidi, *Pengantar Teori Ekonomi (Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro)*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 1998), h. 147

⁵³ Heni Uswatun Hasanah, Tesis “*Pemikiran Konsumsi Al-Ghazali Dan Relevansinya Terhadap Perekonomian Modern*”. Palembang, 2015, h. 31

⁵⁴ Gilarso, *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*, (Yogyakarta: Penerbit Konsius anggota IKAPI, 2003), h. 60.

⁵⁵ Sugiyanto, Catur, *Ekonomi Mikro*, (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 1995), h. 1

penggunaan barang maupun jasa-jasa. Dengan demikian konsumsi adalah berkaitan dengan penggunaan hasil usaha manusia.⁵⁶

Meskipun terdapat perbedaan pendapat di antara para ekonom tentang definisi konsumsi, namun mayoritas definisi berkisar pada: penggunaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia. Sedangkan definisi konsumsi menurut para peneliti ekonomi Islam tidak berbeda dengan definisi tersebut. Akan tetapi kesamaan definisi tidak berarti kesamaannya dalam setiap yang meliputinya. Sebab, barang dan jasa yang dipergunakan dalam memenuhi kebutuhan seorang Muslim dan keinginannya harus halal.

Berdasarkan beberapa pengertian konsumsi di atas maka dapat disimpulkan bahwa, konsumsi merupakan suatu kegiatan ekonomi manusia yang secara langsung menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhannya dengan tujuan untuk menjaga kelangsungan hidupnya dengan membeli barang atau jasa serta merupakan tujuan akhir seluruh kegiatan ekonomi masyarakat setelah produksi dan distribusi. Seperti pakaian, makanan, minuman, rumah, kendaraan, media cetak dan elektronik, jasa telephon, jasa konsultasi hukum, belajar atau kursus, dan sebagainya yang secara langsung akan memenuhi kebutuhan manusia.⁵⁷

⁵⁶ Ahmad Muhammad Syaifuddin, *Ekonomi dan Masyarakat dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Rajawali Press, 1987), h. 38.

⁵⁷ Heni Uswatun Hasanah, Tesis “*Pemikiran Konsumsi Al-Ghazali Dan Relevansinya Terhadap Perekonomian Modern*”, Palembang, 2015, h. 33

Dasar Nash Konsumsi dalam ekonomi Islam

Dijelaskan bahwa manusia itu harus lebih efisien dalam menggunakan pendapatannya dan tidak boleh menghambur-hamburkan hartanya, karena itu adalah perbuatan mubadzir dan juga dapat merusak keseimbangan social, kesejahteraan dan kemiskinan sebab masih banyak orang yang mengabaikannya. Keinginan untuk berkonsumsi adalah suatu yang fitrah yang diberikan oleh Allah yang harus ditolerir, bahkan Allah melarang manusia mengharamkan sesuatu yang halal.⁵⁸

Dalam hal ini bahwasannya Allah swt. Menghalal sesuatu yang manusia kerjakan sampai ada dalil yang mengharamkan sesuatu tersebut, didalam Alquran sudah disebutkan dan dijelaskan tentang ayat yang berkaitan tentang perintah allah bagi manusia dalam hal ini sebagai konsumenhendaklah untuk memakan dan meminum yang halal-halal dan yang baik, karena kebaikan hanya dari allah, sesuai dengan firmal allah dalam surah al-Baqarah ayat 168, sebagai berikut:

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَلٌ طَيِّبٌ وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ
عَدُوٌّ مُبِينٌ ١٦٨

Artinya: “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat dibumi, dan jaganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan, karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”⁵⁹.

Menurut Ibnu Katsir, bahwasannya allah menetapkan bagi hambanya hukum-hukum syara’ termasuk masalah rizki allahyang diberikan pada semua

⁵⁸ Listiawati, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Tafsiran Ayat-ayat Tentang Ekonomi*, (Palembang: Rafah Press, 2012,) h. 114.

⁵⁹ Q.S al-Baqarah (2): 168.

mahluk yakni dibolehkan bagi mereka untuk memakan makanan yang ada di bumi ini dengan memakan yang halal artinya tidak membawa mudharat bagi dirinya, akal, sekaligus larangan untuk mengikuti langkah syaitan.⁶⁰

Dalam ekonomi konvensional, kebutuhan dan keinginan merupakan suatu hal yang tidak bisa dipisahkan. Dimana setiap individu mempunyai suatu kebutuhan yang akan diterjemahkan oleh keinginan-keinginan mereka. Akan tetapi kemajuan ekonomi dewasa ini menjadikan makanan menjadi suatu gaya hidup, yang mengelincirkan manusia ke dalam perilaku *israf* dan *tabdzir*. Maka dari itu, Islam memerincikan dan memisahkan antara kebutuhan (*need/hajjah*) dan keinginan (*want/raghbah*) manusia.⁶¹

Dalam perpektif Islam kebutuhan ditentukan oleh *mashlahah*. Pembahasan konsep kebutuhan dalam Islam tidak dapat dipisahkan dari kajian tentang perilaku konsumen dalam kerangka *maqasid al-syari'ah*. Dimana tujuan syari'ah harus dapat menentukan tujuan perilaku konsumen dalam Islam.⁶²

Menurut pendapat Imam al-Ghazali didalam buku prinsip dasar ekonomi Islam perspektif Maqasid al-Syari'ah menyebutkan bahwa, perbedaan antara keinginan dan kebutuhan. Kebutuhan adalah keinginan manusia untuk mendapatkan sesuatu yang diperlukannya dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidupnya. Dan menjalankan fungsinya. Lebih jauh lagi al-Ghazali menekankan pentingnya niat dalam melakukan konsumsi, sehingga tidak kosong dari makna ibadah. Hal ini berbeda dengan ekonomi konvensional, yang tidak

⁶⁰ Listiawati, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam (Tafsiran Ayat-ayat Tentang Ekonomi)*, 2012, h. 115.

⁶¹ Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*, (Yogyakarta: BPFE, 2004), h. 152

⁶² Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*, h. 153-154

memisahkan antara keinginan dan kebutuhan, sehingga memicu terjebaknya konsumen dalam lingkaran konsumerisme. Karena manusia banyak yang memaksakan keinginan mereka.⁶³

B. Pengertian Konsumen

Konsumen pada hakekatnya, konsumen mengandung pengertian yang sangat luas, sebagaimana yang diungkapkan oleh Presiden Amerika Serikat, John F. Kennedy, “*Consumers by definition include us all*” (secara definisi, semua kita termasuk konsumen).⁶⁴

Undang-undang Perlindungan Konsumen No.8 Tahun 1999 Bab 1, pasal 1 no 2, mendefinisikan konsumen sebagai “Setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk yang lain dan tidak untuk diperdagangkan”.⁶⁵

Dari banyak definisi terdapat juga beberapa definisi konsumen yang lebih luas, seperti di Spanyol dengan batasan bahwa konsumen adalah setiap individu atau kelompok yang menjadi pembeli atau pemakai akhir dari kepemilikan khusus, produk, atau pelayanan dan kegiatan, tanpa memperhatikan apakah ia berasal dari pedagang, pemasok, produsen pribadi atau publik. Definisi konsumen Spanyol ini lebih dekat dengan definisi yang ada dalam hukum ekonomi Islam.⁶⁶

⁶³Ika Yunia Fuzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqasid al-Syari'ah*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014), h. 162-163.

⁶⁴Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Grasindo, 2000), h. 2

⁶⁵Pemerintahan Republik Indonesia, *UU. Perlindungan Konsumen, Monopoli dan UU. Hak Cipta, Paten dan Merek*. Tahun 1999, (Jakarta: CV. Tamita Utama, 1999), h. 5

⁶⁶Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, h. 2

Menurut Drs. Muhammad dan Alimin, konsumen adalah sesuai dengan prinsip-prinsip umum perlindungan konsumen dalam Islam, yaitu konsumen adalah “setiap orang, kelompok, atau badan hukum pemakai suatu harta benda atau jasa karena adanya hak yang sah, baik dipakai untuk pemakaian akhir ataupun untuk proses produksi selanjutnya”.

Dengan demikian dalam hukum ekonomi Islam tidak ada bedanya antara pemakai ahir (*final consumer*) dengan pemakai medium (*intermediary consumer*). Para ahli hukum Islam juga tidak membedakan harta antara barang konsumsi, barang produksi, dan barang perantara, sebagaimana yang terdapat dalam ilmu ekonomi umum. Hal ini membawapengaruh pada definisi konsumen yang harus dilidungi dalam Islam karena konsumen dalam Islam termasuk semua pemakai barang karena keadilan adalah milik semua orang, apakah ia berkedudukan sebagai individu, kelompok atau publik.⁶⁷

Hubungan konsumen dan produsen, terdapat beberapa hal mendasar yang saling berkaitan dan selanjutnya mempengaruhi hak-hak dan kewajiban yang harus diperhatikan oleh setiap pelaku konsumsi dan pelaku usaha atau pelaku produksi. Masalah-masalah mendasar tersebut adalah pandangan Islam terhadap harta, kepemilikan dan hak pelaku aktivitas ekonomi.⁶⁸

Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam

Acuan Islam pada perlindungan konsumen lebih kongkrit dan tegas daripada ditawarkan oleh ekonomi umum. Sebagai contoh, ekonomi umum

⁶⁷ Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: BPFE, 2004), h. 131-132.

⁶⁸ Muhammad dan Alimin, 2004, h. 127-128.

menyatakan bahwa manusia adalah ‘makhluk ekonomi’, kemudian pernyataan umum ini akan menghasilkan konklusi terhadap konsumen bahwa ia akan berusaha memenuhi kebutuhannya, dengan mencapai kenikmatan yang paling besar menjauhkan diri dari kesusahan sebisa mungkin, sedangkan ilmu ekonomi umum tidak akan memperhatikan bentuk pemenuhan kebutuhan tersebut, apakah halal atau haram.⁶⁹

Nilai-nilai atau prinsip-prinsip ajaran Islam, maka segala aktivitas ekonomi Islam dalam koridor prinsip-prinsip dasar ekonomi Islam. Kajian ekonomi Islam berada dalam kajian fikih karena dalam hukum fikih terdapat hukum *taklifi* dan hukum *wad'i*, yang selanjutnya memberikan sanksi atau akibat hukum duniawi dan hukum ukhrawi. Untuk itu terdapat dua pengawasan perlindungan konsumen dalam Islam, yaitu sanksi religi berupa halal dan haram, dosa dan pahala, dan sanksi hukum positif Islam seperti dewan hisbah dan peradilan.

Kelemahan-kelemahan konsumen dalam berhadapan dengan produsen berkisar pada kelemahan mereka dalam bidang kebodohan atau ketidaktahuan akan barang dan kebutuhan akan barang, dan kelemahan konsumen dalam hal tawar-menawar ekonomis⁷⁰. Kitab-kitab Islam dalam bidang mua'malah sangat sarat dengan perlindungan konsumen, dan hal ini merupakan khazanah yang dapat dijadikan sebagai sumber hukum untuk perlindungan konsumen kontemporer,

⁶⁹ Yusuf Kamal Muhammad, *Fiqh Iqtisad al-Siq*, (Mesir: Maktabat al-Wafa', 1995), h. 11.

⁷⁰ Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: BPFE, 2004), h. 133-134.

baik berupa hukum-hukum yang sudah terperinci ataupun hukum-hukum yang bersifat umum dimana ia akan dapat diterapkan pada setiap tempat dan zaman.

Untuk melindungi para konsumen dalam fikih Islam dikenal dengan istilah hukum, seperti pelarangan *ba'i al-gharar* (jual beli yang mengandung tipuan), pemberlakuan hak *khiyar* (hak untuk melangsungkan atau membatalkan transaksi karena sebuah alasan yang diterima), beberapa hal yang merusak kebebasan transaksi seperti *al-ghubn* (adanya tipuan yang disengaja) dan masih banyak lagi.⁷¹

Dasar Hukum Perlindungan Konsumen

Pemerintah mengatur juga tentang perlindungan konsumen sebagaimana diatur dalam UU. No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen yang terdapat dalam Pasal 1 yang berbunyi:

“Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”.⁷²

Hak Dan Kewajiban Konsumen

Hak dalam bahasa Indonesia terdapat berbagai sinonim dengan kata “hak”, seperti milik, kewenangan, kekuasaan untuk berbuat karena telah ditentukan oleh Undang-undang atau aturan, dan sebabainya⁷³. Menurut Istilah hak adalah

⁷¹ Wahbah al-Zuhaily, *al-Fiqh al – Islamy wal Adillatuhu*, (Beirut: Dar al – Fikri, 1989), h. 218.

⁷² Undang-undang Negara Republik Indonesia, *UU Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999*.

⁷³ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Basaha Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka. 1999), h. 334.

kekuasaan untuk melakukan sesuatu karena telah ditentukan oleh undang-undang atau peraturan lain.⁷⁴

Para ulama' telah membagi hak yang harus dilakukan oleh manusia, diantaranya adalah hak manusia (*haq al-'ibad*), yaitu hak perlindungan bagi manusia untuk kemaslahatan pribadinya, seperti menjaga perlindungan terhadap harta, hak pembeli terhadap barang, hak penjual terhadap alat pembayaran, dan hak seseorang untuk menuntut hartanya yang dirusak atau dilenyapkan orang lain.⁷⁵

1. Hak - hak Konsumen

Konsumen memiliki hak-hak yang harus dilindungi oleh produsen atau pelaku usaha, hak-hak tersebut sebagai berikut:

- a. Hak akan keselamatan dalam mengkonsumsi barang atau jasa.
- b. Hak untuk mendapatkan Informasi, bahwa konsumen memiliki hak untuk dilindungi dari informasi iklan, pelabelan, atau praktik lain yang dianggap curang, menipu, menyesatkan dan fakta yang diperlukan untuk melakukan pilihan berdasarkan informasi. Hans Thorelli, mengatakan "konsumen yang diberikan informasi adalah konsumen yang dilindungi, dan konsumen bebas yang dapat memutuskan apakah informasi yang telah diterima itu berguna atau tidak.

⁷⁴ Abdurrahman, *Ensiklopedi Ekonomi Keuangan dan Perdagangan*, (Jakarta: PT. Pranadya Paramita, 1991), h. 154

⁷⁵ Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*, 2004, h. 137

- c. Hak untuk memilih, hak untuk memilih barang atau jasa serta mendapatkan barang atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar kondisi serta jaminan barang atau jasa.⁷⁶
- d. Hak untuk didenda (Ganti Rugi), konsumen mempunyai hak untuk diyakinkan bahwa kepentingan konsumen akan mendapatkan pertimbangan penuh dan simpatik dalam kebijakan pemerintah dari perlakuan adil. Ganti rugi dapat dicapai dengan tiga cara, yaitu: pencegahan, restitusi, dan hukuman.
- e. Hak untuk menikmati lingkungan yang bersih, polusi lingkungan merupakan produk sampingan yang patut mendapatkan perhatian serius pada abad teknologi.
- f. Hak untuk mendapatkan advokasi⁷⁷.
- g. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen⁷⁸.

Dalam fikih Islam terdapat beberapa hukum yang berkaitan dengan hak konsumen, yaitu: 1). Pemilik suatu hak memiliki otoritas untuk menuntut pemenuhan haknya sesuai hukum⁷⁹. 2). Hak dilindungi oleh syara'. Syara' menetapkan perlindungan dari pelanggaran-pelanggaran terhadap hak dengan beberapa cara diantaranya tanggung jawab sipil atau penetapan hak dengan

⁷⁶ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, (Yogyakarta: Diadit Media, 2001), h. 260.

⁷⁷ Amirullah, *Perilaku Konsumen*. (Yogyakarta: Garaha Ilmu. 2002), h.103-107.

⁷⁸ Http// Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: menangkap spirit ajaran langit dan pesan moral ajaran bumi*, (Jakarta: Penebar Plus, 2012), h. 142.

⁷⁹ Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*, 2004, h. 138

tuntutan di Pengadilan yaitu hakim dan wali hisbah.⁸⁰3). Penggunaan hak harus dengan cara yang sesuai dengan hukum syara'

2. Kewajiban Konsumen

Dipihak lain, konsumen juga dibebankan dengan kewajiban atau tanggung jawab terhadap pihak penjual atau pelaku usaha, dimana kewajiban konsumen meliputi:

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan atau jasa, demi keamanan dan keselamatan.
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang atau jasa.
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.⁸¹

Tidak hanya konsumen yang mempunyai hak dan kewajiban dalam ekonomi, sebagai pelaku usaha atau yang sering kita sebut dengan produsen atau pedagang juga mempunyai hak dan kewajiban serta ada hal-hal yang dilarang yang perlu diperhatikan oleh pelaku usaha dalam melakukan produksi barang atau jasa kepada masyarakat.

⁸⁰ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Daya Widya. 1991), h. 112.

⁸¹ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, (Yogyakarta: Diadit Media, 2001), h. 261.

C. Pengertian Pasar

1. Pasar menurut Ibnu Taimiyah

Faktor penyebab bergesernya penawaran dan permintaan, yaitu karena adanya tekanan pasar yang otomatis ataupun perbuatan yang melanggar hukum dari penjual. Adapun faktor lain yang mempengaruhi permintaan dan penawaran antara lain, adanya intensitas dan besarnya permintaan dan penawaran, adanya kelangkaan atau melimpahnya barang, kondisi kepercayaan dan diskonto dari pembayaran tunai. Harga pasar haruslah terjadi dalam pasar yang kompetitif dan tidak boleh ada penipuan.⁸²

2. Pasar menurut Imam al-Ghazali

Menurut al-Ghazali pasar adalah bagian dari keteraturan yang alami. Al-Ghazali menekankan pentingnya keamanan jalur perdagangan dan infrastruktur yang baik, demi adanya pertumbuhan ekonomi.⁸³

D. Bentuk-bentuk Penipuan Komersial Dalam Ekonomi Islam

Didalam ekonomi Islam sangat di haramkan bagi pedagang yang melakukan kecurangan dan penipuan dari segi apapun, karena hal tersebut dapat merugikan konsumen, apalagi sampai membahayakan nyawa manusia. Berikut akan dijelaskan bagaimana praktik penipuan dan kecurangan di pasar Indralaya Mulya dalam perspektif ekonomi Islam.

⁸²Adiwarman, karim. *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), h. 13-14.

⁸³Ika Yunia Fuzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqasid al-Syari'ah*, h. 219

1. Pengertian penipuan (Gharar)

Penipuan (gharar) secara bahasa berasal dari kata ~~كفر~~ غشش yang artinya tipuannya, menipuinya, tipuan adalah sesuatu yang ditipu atau kecurangan, atau menipu dengan mengganti hakikat sesuatu yang dibeli oleh pembeli atau mengganti sifatnya. Secara istilah penipuan (الغش) adalah mendahulukan kebatilan dari pada yang hak.⁸⁴

Gharar artinya keraguan, tipuan atau tindakan yang bertujuan untuk merugikan pihak lain⁸⁵. Gharar adalah suatu kegiatan bisnis yang tidak jelas kuantitas, kualitas, harga dan waktu terjadinya transaksi. Aktivitas yang mengandung unsur gharar adalah bisnis yang mengandung resiko tinggi atau transaksi yang dilakukan dalam bisnis tak pasti.⁸⁶

Penipuan artinya keraguan, tipuan atau tindakan yang bertujuan untuk merugikan pihak lain⁸⁷. Penipuan adalah suatu kegiatan bisnis yang tidak jelas kuantitas, kualitas, harga dan waktu terjadinya transaksi. Aktivitas yang mengandung unsur gharar adalah bisnis yang mengandung resiko tinggi atau transaksi yang dilakukan dalam bisnis tak pasti.⁸⁸ Penipuan adalah adanya ketidakjelasan barang yang akan dijual dan juga adanya keragum-raguan dalam mendapatkan salah satu barang pengganti dalam jual-beli.

⁸⁴ Syuribiji, Mak ~~afahata all'ij~~ ~~Asah Ruyyat: Bâ ranyah,~~ Da'wah), h. 15.

⁸⁵ M. Ali Hasan, *Bergabai Macam Transaksi dalam Islam (Fiqh Muamalah)*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2003), h. 147.

⁸⁶ Muhammad, *Bisnis Syari'ah Perfektif Mu'amalah dan Managemen*, (Yogyakarta: STIM YKPN, 2007), h. 50.

⁸⁷ M. Ali Hasan, *Bergabai Macam Transaksi dalam Islam (Fiqh Muamalah)*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2003), h. 147.

⁸⁸ Muhammad, *Bisnis Syari'ah Perfektif Mu'amalah dan Managemen*, (Yogyakarta: STIM YKPN, 2007), h. 50.

Penipuan adalah sebuah kebohongan yang dibuat untuk keuntungan pribadi tetapi merugikan orang lain, penipuan berasal dari kata tipu yang berarti perbuatan atau perkataan bohong, palsu dan sebagainya dengan maksud untuk menyesatkan, mengakali atau mencari keuntungan.⁸⁹ Komersial yang artinya yaitu yang berhubungan dengan niaga atau perdagangan, menggunakan sesuatu untuk berdagang (mencari keuntungan sendiri), dan bernilai niaga tinggi bahkan bisa mengorbankan nilai- nilai lain (social, budaya, dan sebagainya).⁹⁰

Gharar menurut para ulama, yaitu:

- a. Menurut Hanafiyah, *gharar* adalah ketidakjelasan barang yang akan diperdagangkan.
- b. Menurut Malikiyah, *gharar* adalah ketidakjelasan mendapatkan salah satu pengganti dalam jual beli ataupun ketidakjelasan maksud jual beli tersebut.
- c. Menurut Syafi'iyah, *gharar* adalah sesuatu perkara yang tak terlihat, begitu juga dengan akibatnya.
- d. Menurut Hanabilah, *gharar* adalah sesuatu yang tak terlihat kebenarannya dan tertutup sisi dalamnya ataupun adanya keraguan didalam penerimaan barang dan ketidakadaannya barang tersebut.

Setiap transaksi di dalam Islam harus didasarkan pada prinsip kerelaan antara kedua belah pihak. Mereka harus mempunyai informasi yang sama tentang

⁸⁹Www. Blog Ray Prtama Siadari, *Pengertian Dan Unsur-Unsur Tindak Pidana Penipuan*. Senin, 16 Juni 2015.

⁹⁰Www. ArtiKata .com, Senin, 16 Juni 2015.

barang yang diperdagangkan, baik segi kualitas maupun kuantitasnya, begitu juga dengan harga jual dan waktu penerimaannya, sehingga tidak ada yang merasa dirugikan.

Berikut merupakan contoh-contoh penipuan dalam ekonomi Islam:

- 1) Penipuan dari segi kuantitas adalah pedagang yang mengurangi timbangan ataupun takaran barang yang akan dijualnya.
- 2) Penipuan dari segi kualitas adalah pedagang yang menyembunyikan cacat barang yang sedang ditawarkan olehnya
- 3) Penipuan dari segi harga adalah memanfaatkan ketidaktahuan pembeli akan harga suatu produk, kemudian pedagang menaikkan harga tersebut.
- 4) Penipuan dalam waktu penyerahan adalah apabila seorang petani menyanggupi akan menjual buah di luar musimnya, padahal petani itu tahu bahwa ia tidak akan mampu menyerahkan buah itu pada waktunya.
- 5) Penipuan pada saat penyerahan adalah konsultan yang berjanji akan menyelesaikan proyek dalam waktu dua bulan dengan tujuan untuk memenangkan tender, padahal ia tahu bahwa proyek itu tidak akan selesai dalam waktu dua bulan.⁹¹

Dasar Hukum Penipuan (Gharar)

Dalam Islam ada berbagai contoh kecurangan-kecurangan pada takaran (timbangan) yang terjadi pada masa dahulu diantaranya pada masa kaum Anshar (kaum Madinah), mereka biasa melakukan kecurangan dalam mengurangi

⁹¹ Adiwarmarman Azhar Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan, Edisi dua*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), h. 29.

timbangan, begitu banyak kecurangan-kecurangan yang terjadi pada masa itu maka Allah swt menurunkan ayat al-Qur'an yaitu yang terdapat dalam surah al-Muthaffifin ayat: 1-5.⁹²

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى الدَّاسِيسِ تَوَفُّونَ وَإِذَا كَالُوا لَهُمْ أَوْزَ نُورُهُمْ يَخْسِرُونَ
أَلَّا يُظُنُّوا لَكُمْ أَنَّهُمْ مَبْعُوثُونَ لِيَوْمٍ مَّعْظِيمٍ

Tafsir Ayat al-Muthaffifin ini menjelaskan bahwa Allah menjanjikan azabapi neraka jahannam bagi siapa saja yang kecurangan dalam timbangan. Mereka ini (penjual), ketika membeli meminta timbangan yang benar, namun ketika bertindak sebagai penjual, mereka (penjual) mengurangi timbangan. Apakah mereka tidak mengimani bahwasanyadi hari pembalasan, ketika dibangkitkan dari kubur, dan pasti akan diperhitungkan setiap amal ibadah? Dan saat itu, mereka dalam keadaan takut dan terhina.

Bahkan hancurnya kaum bani madiyan yaitu karena banyak melakukan kecurangan-kecurangan dalam hal mengurangi timbangan. Kemudia pada Kaum Yahudi dahulu menjual melakukan kecurangan/Kejahatan dalam usaha, dalam hadits pun dijelaskan bahwasannyasifat mencurang dalam berdagang kecurangan itu menyakitkan. Dan barang siapa yang membawa senjata, maka itu bukanlah dari golonganku.⁹³Walaupun terdapat beberapa perbedaan secara etimologi tentang makna *gharar* diantara beberapa ulama, akan tetapi inti dari *gharar* adalah adanya unsur ketidakjelasan terhadap barang yang diperjualbelikan. *Gharar* terjadi dalam empat hal, yaitu kuantitas, kualitas, harga dan waktu penyerahan.

⁹² Ahmad Hasan Syuribiji, *Mak* *âlahata aalTij* *ârah Ru'yatu Isl*
ârah Ru'yatu Islâ miyyah: D ârad-Da'wah, 1416-1996), h. 27

⁹³ Ahmad Hasan syuribiji, *Mak*

âlahata aalTij

ârah Ru'yatu Islâ miyyah

2. *Tadlis*

Tadlis adalah penipuan, baik penipuan dalam bentuk kuantitas, kualitas, harga dan serah terima. Contoh *Tadlis* dalam kuantitas adalah pedagang yang mengurangi timbangan ataupun takarang barang yang akan dijualnya. Contoh *Tadlis* dalam kualitas adalah pedagang yang menyembunyikan cacat barang yang sedang ditawarkan olehnya. Contoh *Tadlis* dalam harga adalah memanfaatkan ketidaktahuan pembeli akan harga suatu produk, kemudian pedagang menaikkan harga tersebut. Contoh *Tadlis* dalam penyerahan adalah konsultan yang berjanji akan menyelesaikan proyek dalam waktu yang singkat dengan tujuan untuk mengambil keuntungan, padahal konsultan tersebut tahu bahwa proyek itu tidak akan selesai dalam waktu singkat.⁹⁴

3. Maisyir (Spekulasi)

Maisyir adalah suatu kegiatan bisnis didalamnya jelas bersifat untung-untungan atau spekulatif yang tidak rasional, tidak logis, tak jelas barang yang ditawarkan. Kegiatan bisnis seperti ini dilakukan dalam rangka mendapatkan untung-untungan atau mengadu nasib.⁹⁵

4. Riba'

Riba' menurut Bahasa adalah tambahan. Secara istilah riba' adalah tambahan atas pokok modal atau pinjaman yang harus dibayarkan oleh pihak yang menggunakan modal atau pinjaman tersebut dengan persentase tertentu kepada

⁹⁴Adiwarman Karim, *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), h. 29

⁹⁵Muhammad, *Bisnis Syari'ah Perfektif Mu'amalah dan Managemen*, h. 51.

pemilik modal, tanpa melihat apakah modal atau pinjaman yang digunakan tersebut menghasilkan atau tidak.⁹⁶

5. Ihtikar

Ihtikar artinya zalim (aniaya) dan merusak pergaulan. Upaya penimbunan barang dagangan untuk menunggu melonjaknya harga.⁹⁷ Penimbunan adalah halangan terbesar dalam pengaturan persaingan dalam pasar Islam. Hal tersebut dikarenakan pengaruhnya terhadap jumlah barang yang tersedia dari barang yang ditimbun, dimana beberapa pedagang memilih untuk menahan barang dagangannya dan tidak menjualnya karena menunggu naiknya harga.⁹⁸ Islam melihat *ihtikar* adalah sebagai kejahatan publik, karena dampak yang dirasakan masyarakat, yaitu keterbatasan barang diantara mereka.

Pelaku Usaha, Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

1. Pengertian Pelaku Usaha

Pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.⁹⁹

⁹⁶ Muhammad, *Bisnis Syari'ah Perfektif Mu'amalah dan Managemen*, h. 46.

⁹⁷ M. Ali Hasan, *Bergabai Macam Transaksi dalam Islam (Fiqh Muamalah)*, h. 43

⁹⁸ Asmuni, Solihan Zamakhiyari. *Fikih ekonomi umar bin al-khattab*, (Jakarta Timur: Khalifah Pustaka al-Kautsar Grup, 2008), h. 603.

⁹⁹ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, 2001, h. 261.

2. Hak – hak Pelaku Usaha

Terdapat didalam Undang-undang Republik Indonesia No. 8 Tahun 1999. Tidak hanya sebagai pelaku usaha yang hanya memproduksi dan menjual barang dan jasa kepada masyarakat, pelaku usaha juga mempunyai hak-hak yang harus diperhatikan oleh Negara adalah sebagai berikut:

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang atau jasa yang diperdagangkan.
- b. Hak untuk mendapatkan perlindungan hokum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik.
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya didalam penyelesaian hukum sengketa konsumen.¹⁰⁰

3. Kewajiban Pelaku Usaha

Pelaku usaha juga mempunyai kewajiban yang harus dipenuhidalam mengeluarkan barang atau jasa dalam produksi sebagai berikut:

- a) Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.
- b) Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- c) Menjamin mutu barang/jasa yang diproduksi/diperdagangkan berdasarkan ketentuan standart mutu barang/jasa yang berlaku.

¹⁰⁰ Undang-undang Negara Republik Indonesia, *UU Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999*.

- d) Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji atau mencoba barang/jasa tertentu serta memberi jaminan/garansi atas barang yang dibuat/yang diperdagangkan.¹⁰¹

Perbuatan Yang Dilarang Bagi Pelaku Usaha

Adapun perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha yaitu:

1. Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih, atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etikel barang tersebut.
2. Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan, dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya.
3. Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan, atau kemanjuran sebagaimana yang dinyatakan dalam label, atau keterangan barang/jasa tersebut.
4. Tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu.
5. Tidak memenuhi atau tidak sesuai standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan.¹⁰²

E. Pengertian Ekonomi Islam

Kata ekonomi merupakan kata penggabungan dari dua suku kata *oikos* dan *nomos* yang berasal dari bahasa Yunani. Secara harfiah, *oikos* berarti rumah

¹⁰¹ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, 2001, h. 262.

¹⁰² Undang-undang Negara Republik Indonesia, *UU Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999*.

tangga dan *nomos* berarti aturan, kaedah atau pengelolaan¹⁰³. Ekonomi Islam dibangun atas dasar agama Islam, karena ekonomi merupakan bagian yang tak terpisahkan dari agama Islam, ekonomi Islam akan mengikuti agama Islam dalam berbagai aspek.¹⁰⁴

Kemudian pengertian tentang ekonomi Islam menurut beberapa pemikir ekonomi sebagai berikut:

1. Menurut Yusuf Qardhawi, bahwa ekonomi Islam adalah ekonomi yang berdasarkan ketuhanan, system ini bertitik tolak dari Allah, bertujuan akhir kepada Allah, dan menggunakan yang tidak lepas dari syari'at Allah. Aktivitas ekonomi seperti produksi, konsumsi, distribusi dan lainnya tidak lepas dari titik tolak ketuhanan dan bertujuan ahir pada Tuhan.¹⁰⁵
2. Menurut Zainuddin Ali mengatakan bahwa ekonomi Islam mempunyai tiga karakteristik. *Pertama*, inspirasi dan petunjuk pelaksana ekonomi bersumber dari Alqur'an dan Hadits. *Kedua*, perspektif dan pandangan - pandangan ekonomi Islam mempertimbangkan peradaban Islam sebagai sumber. *Ketiga*, ekonomi Islam bertujuan untuk menemukan dan menghidupkan kembali nilai-nilai dan etika ekonomi warga masyarakat Islam.¹⁰⁶

¹⁰³ Deliar Nov, *Ilmu Ekonomi*, (Jakarta: Rajawali Press, 1995), h. 6-7.

¹⁰⁴ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), h. 5.

¹⁰⁵ Listiawati, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam (Tafsiran Ayat-ayat Tentang Ekonomi)*, (Palembang: Rafah Press, 2012), h. 21.

¹⁰⁶ Zainudin Ali, *Hukum Ekonomi Syari'ah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), h. 89.

3. Menurut Muhammad Abdul Mannan dalam *“Islamic Economics: Theory dan Practice”*. Ekonomi Islam adalah ilmu pengetahuan social yang mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam.
4. M. Umer Chapra dalam *“The Future of Economic: An Islamic Perspektif”*. Ekonomi Islam adalah suatu pengetahuan yang membantu upaya realisasi kebahagiaan manusia melalui alokasi dan distribusi sumber daya yang terbatas yang berada dalam koridor yang mengacu pada pengajaran Islam, tanpa mengekang kebebasan individu untuk menciptakan keseimbangan makroekonomi yang berkesinambungan.¹⁰⁷

Prinsip – Prinsip Dasar Ekonomi Islam

Dalam hal ini ekonomi Islam memiliki prinsip-prinsip dasar antara lain sebagai berikut:

- 1) Prinsip Tauhid, aspek akidah. Menurut Syed Naqvi bahwa sumber utama etik Islam adalah kepercayaan penuh dan murni terhadap keesaan Tuhan¹⁰⁸. Berbicara mengenai tauhid, tauhid merupakan fondasi ajaran Islam. Dengan tauhid, manusia menyaksikan bahwa tiada satupun yang layak disembah, selain Allah dan tidak ada pemiik langit dan bumi serta isinya kecuali

¹⁰⁷ Ika Yunia Fauziah & Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqasid al – Syari’ah*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014), h. 7

¹⁰⁸ Listiawati, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam (Tafsiran Ayat-ayat Tentang Ekonomi)*, (Palembang: Rafah Press, 2012), h. 37.

Allah¹⁰⁹. Esensi dasar yang terkandung dalam kegiatan ekonomi adalah tidak terlepas dari dalam makna yang luas, oleh sebab itu seorang yang menjalankan usaha adalah sebagai bentuk implementasi perintah Tuhan untuk memanfaatkan dan memakmurkan dunia adalah manifestasi sebagai khalifah.

- 2) Prinsip Kemanusiaan, sebagai hamba Allah dan khalifah di muka bumi ini. Prinsip kemanusiaan ini menjadi kunci untuk menggerakkan kegiatan produksi dengan tujuan menciptakan kemanusiaan yang adil dan sejahtera.
- 3) Akhlak, menegakkan norma-norma dan etika yang merupakan ruh ekonomi Islam itu sendiri, etika yang bersumber dari Alquran dan Hadits dalam segala aktivitas ekonomi.¹¹⁰
- 4) Prinsip keadilan, yaitu menegakkan keadilan dan memerantas kezaliman, keadilan adalah sebagai nilai utama dari tauhid. Menurut Sayyid al-Maududi, keadilan sebagai suatu kewajiban bagi semua masyarakat Muslim, untuk menegakkan keadilan baik pada tingkat individu maupun masyarakat dengan tujuan menghapuskan semua bayangan ketidakadilan dari masyarakat.¹¹¹

Tujuan Ekonomi Islam

Menurut Zainuddin Ali, bahwa ekonomi Islam adalah kumpulan norma-norma hukum yang bersumber dari Alquran dan Sunnah yang mengatur urusan

¹⁰⁹ Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islami Edisi 2*, (Jakarta: III/T Indonesia, 2003), h. 53

¹¹⁰ Ika Yunia Fauziah & Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam (Perspektif Maqasid al – Syari'ah)*. 2014, h. 12.

¹¹¹ Listiawati, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam (Tafsiran Ayat-ayat Tentang Ekonomi)*, 2012, h. 41-45.

perekonomian umat manusia.¹¹²Tujuan ekonomi secara umum, adalah pencapaian hasil tertentu yang memiliki nilai yang ditetapkan dan ini bergantung pada prioritas masyarakat, atau Negara yang ingin mencapai pertumbuhan ekonomi atau keadilan distributive.¹¹³

Menurut Yusuf Qardhawi bahwa tujuan ekonomi Islam adalah menciptakan kehidupan manusia yang aman sejahtera. Jika Islam itu berdasarkan pada Nash Alqur'an dan Sunnah, yang berarti Nash ketuhanan, maka manusia berperan sebagai yang diserukan oleh Nash itu. Maka manusialah yang memahami, menafsirkan, menyimpulkan, dan memindahkannya dari teori untuk diaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari.

Menurut Umer Chapra tujuan ekonomi yang diberikan Allah untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan pokok umat manusia. Umer Chapra menegaskan bahwa tujuan-tujuan syari'ah adalah komitmen Islam yang demikian mendalam persaudaraan dan keadilan yang menyebabkan konsep kesejahteraan (*falah*)¹¹⁴.

F. ETIKA BERBISNIS DALAM EKONOMI ISLAM ISLAM

Sebelum kita membahas lebih lanjut tentang apa sajakah sikap-sikap yang harus dimiliki oleh sang pelaku bisnis atau pelaku usaha, terlebih dahulu kita akan membahas apa itu etika dan apa itu etika bisnis dalam ekonomi Islam.

¹¹²Zainuddin Ali, *Hukum Ekonomi Syari'ah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), h. 4-5.

¹¹³Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2007), h. 13.

¹¹⁴Listiawati, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam (Tafsiran Ayat-ayat Tentang Ekonomi)*, 2012, h. 26-27.

1. Pengertian Etika

Etika adalah Norma manusia harus berjalan, bersikap sesuai nilai/norma yang ada. Moral adalah aturan/nilai kemanusiaan seperti: sikap, perilaku, dan nilai. Sedangkan nilai adalah penetapan harga sesuatu sehingga sesuatu itu memiliki nilai yang terukur¹¹⁵. Menurut Issa Rafiq Beekun, etika adalah sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dan yang buruk.¹¹⁶

2. Pengertian Bisnis

Bisnis adalah sebuah aktivitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan atau pengelolaan barang (produksi). Menurut Skinner bisnis adalah pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan dan memberi manfaat.¹¹⁷

Menurut Anoraga dan Soegiatuti bisnis adalah sebagai aktivitas jual-beli barang dan jasa. Menurut Straub dan Attner bisnis adalah suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan penjualan barang dan jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh keuntungan.¹¹⁸

3. Pengertian Etika Bisnis Islam

Dalam Islam, istilah yang paling dekat yang berhubungan dengan istilah etika di dalam Alqur'an adalah *Khuluq. Al-Khuluq* dari kata dasar

¹¹⁵ Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: UPP - AMP YKPN, 2003), h. 37.

¹¹⁶ Rafiq Issa Beekun, *Islamic Business Ethics*, (Virginia: The International Institute of Islamic Thought, 1997), h. 5

¹¹⁷ Muhammad, *Manajemen Bank Syari'ah*, (Yogyakarta: UPP - AMP YKPN, 2003), h. 20.

¹¹⁸ Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: UPP - AMP YKPN, 2003), h. 38.

khalaqa-khuluqan, yang berarti tabi'at, budi pekerti, kebiasaan. Menurut Yusanto dan Wijayakusuma bisnis Islam adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal atau haram¹¹⁹.

Dengandemikian etika bisnis islamyaitu dalam pandangan Alquran telah menyatu dengan nilai-nilai etika itu sendiri. Alquran secara jelas telah menggambarkan perilaku-prilaku bisnis yang tidak etis, yang dapat ditelusuri dari muara kebatilan dalam bisnis.¹²⁰ Agar para pedagang atau pelaku usaha tidak akan pernah melakukan kegiatan jual-beli yang dapat merugikan konsumen, para pedagang haruslah mengerjakan dan melakukan hal-hal yang dianjurkan oleh Alquran dan Hadist agar para pelaku terhindar dari perbuatan-perbuatan yang melanggar perintah Allah.

Di dalam Alquran Allah telah menjelaskan kepada manusia supaya melakukan kegiatan bisnis atau jual-beli haruslah sesuai dengan aturan dan tidak menyimpang, oleh karenanya di butuhkan sikap, perilaku atau etika dalam berbisnis agar para pedagang tidak melakukan penipuan-penipuan kepada para konsumen, tidak hanya di dalam ekonomi konvensional saja yang mengatur tentang etika dan perilaku yang boleh dan tidak boleh dilakukan, di dalam ekonomi Islam pun telah ada perintah Allah yang boleh dan melarang hal-hal yang harus dilakukan oleh para pedagang, ada yang disebut dengan etika bisnis Islam.

¹¹⁹ Madjid Fakhri, *Etika dalam Islam*, penterjemah Zakiyuddin B, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar dan Pusat Studi Islam UMS, 1997), h. xv-xvi.

¹²⁰ Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: UPP - AMP YKPN, 2003), h. 42.

Dimana seorang pedagang yang mempunyai etika bisnis yang sesuai dengan ajaran Islam dengan kata lain seorang pelaku usaha atau pedagang harus memiliki sifat dan perilaku yang harus sesuai dengan Alquran dan Hadits. Agar para pedagang harus sesuai dengan semestinya dan tidak menyalahgunakan kepercayaan yang diberikan oleh para pembeli.

Bisnis papaun yang dilakukan oleh para pedagang yang sukses dunia dan akhirat adalah pelaku bisnis yang berperilaku mulia dan juga memberikan kontribusi terhadap perkembangan Usaha bagi pelaku bisnis, misalnya etika berbisnis yang harus dilakukan oleh para pelaku bisnis atau pedagang adalah sebagai berikut:

a. Bekerja keras dengan ikhlas dan mencintai pekerjaannya

Ketika seseorang berbisnis motivasi yang terbaik adalah untuk ibadah kepada Allah swt. Dengan semangat bisnis yang kita miliki, bahwa kita membuktikan dengan melaksanakan ikhtiar dan kerja keras bahwa Dia-lah yang akan membalas kebaikan kita.

b. Hidup tertib dan penuh disiplin

Pelaku bisnis yang baik adalah mereka yang membiasakan diri untuk selalu tertib dan disiplin, baik sebagai meneger maupun sebagai karyawan, baik berusaha sendiri maupun berusaha bersama. Karyawan yang suka kerja keras, jujur, disiplin, dan memiliki komitmen yang kuat adalah modal besar dalam mengembangkan bisnis.¹²¹

¹²¹ Hasan Aedy, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*, 2011, h. 47

c. Berlaku jujur

Kejujuran merupakan bekal utama untuk meraih keberkahan. Namun, kata jujur tidak semudah mengucapkannya, sangat berat memegang prinsip ini dalam kehidupan, orang yang jujur harus menahan dorongan materialisme dari cara-cara yang tidak semestinya. Kejujuran tidak akan pernah melekat pada diri orang yang tidak memiliki nilai keimanan yang kuat. Seseorang yang tidak pernah merasa bahwa ia selalu dalam kontrol dan pengawasan Allah swt.

Hanyalah orang-orang beriman yang akan memiliki nilai kejujuran. Untuk itu, Rasulullah begitu menekankan kejujuran dalam berdagang, dari Abu hurairah bahwa Rasulullah saw bersabda dalam hadist Qudsi nya bahwa Allah swt. berfirman, Aku menjadi orang yang ketiga dari dua orang yang bersekutu selama salah seorang dari mereka tidak berkhianat kepada temannya, jika ada yang berkhianat aku keluar dari persekutuannya.¹²²

d. Pandai bersyukur

Semua aktifitas bisnis yang bermanfaat adalah bagian dari syukur perbuatan.¹²³

e. Tanggung jawab

Untuk memenuhi konsep keadilan dan kesatuan. Manusia harus bertanggung jawab terhadap segala tindakannya. Allah swt, menekankan konsep tanggung jawab moral tindakan seseorang.¹²⁴

¹²² Riwayat Abu daud. Hadist shahih menurut hakim, Hadist ini terdapat dalam '*Kitab Bulughul Maram*' hadist no 903

¹²³ Hasan Aedy, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*. 2011, h.49

¹²⁴ Muhammad, *Etika Bisnis Islami*,(Yogyakarta: UPP - AMP YKPN, 2003), h. 56.

G. Faktor – Faktor Yang Mendorong Praktik Penipuan Komersial

Praktik-praktik penipuan yang banyak bermunculan di masyarakat tidak lepas dari peran pemerintah yang tidak hanya membuat peraturan tentang perlindungan konsumen dan praktik-praktik penipuan yang merugikan masyarakat, tetapi juga pemerintah harus turun langsung melihat dan mengawasi serta menindak lanjut bagi para pedagang yang melakukan praktek-praktek penipuan.

Praktik penipuan yang dilakukan oleh banyak para pedagang saat ini tidak lepas dari faktor yang mendorong para pedagang yang selalu melakukan praktik-praktik penipuan kepada masyarakat. Berikut adalah beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi para pedagang melakukan penipuan:

1. Faktor ekonomipedagang dan pembeli yang semakin meningkat dan mahal, sehingga para pedagang harus berfikir untuk memenuhi kebutuhannya juga.
2. Keinginan yang besar untuk mendapatkan keuntungan dan mengalami kerugian sekecil-kecilnya.
3. Motivasi pedagang untuk melakukan gharar pada setiap kesempatan yang ada.
4. Tidak percaya diri akan rezeki yang telah di berikan Allah swt.
5. Kurangnya mengingat Allah swt.sebelum melakukan transaksi jual-beli dengan para pembeli.
6. Terbatasnya ilmu yang dimiliki oleh para pedagang tentang ajaran-ajaran yang terdapat dalam Alquran dan Hadis.

7. Tidak adanya rasa tanggung jawab akan tindakan yang dilakukan oleh para pedagang.
8. Kurangnya kontrol dan pengawasan dari pemerintah atas produk-produk yang berbahaya yang dijual oleh para pedagang.
9. Kurang tegasnya hukum yang telah dibuat oleh pemerintah itu sendiri.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan pembahasan terdahulu, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Telah terjadi Praktik Penipuan Komersial jenis tahuputih berformalin yang ada dipasar Indralaya Mulya Kabupaten Ogan Ilir terhadap para konsumen.

Disamping itu, terdapat juga penipuan pengurangan berat barang saat ditimbang pada beberapa jenis pedagang ikan yang ada di pasar Indralaya Mulya kabupaten Ogan Ilir.

2. Penipuan komersial dalam perspektif Ekonomi Islam di pasar Indralaya Mulya, penipuan yang paling dominan di pasar Indralaya Mulya yaitu penipuan yang berbentuk *gharar*.
3. Solusi Ekonomi Islam dalam melindungi konsumen di Pasar Indralaya Mulya yaitu pemerintah harus mengawasi dan mengontrol langsung jalannya transaksi jual-beli di pasar agar tidak terjadi kecurangan terhadap konsumen, serta membrikan sanksi tegas kepada para pedagang yang dengan sengaja melakukan penipuan dan kecurangan kepada pembeli.

B. Saran

Kepada seluruh masyarakat (konsumen) yang ada di Pasar Desa Indralaya Mulya Kabupaten Ogan Ilir, apabila terdapat para pedagang yang dengan sengaja melakukan kecurangan dan penipuan terhadap bahan-bahan makanan yang masyarakat beli dan di makan, maka jangan ragu-ragu untuk melaporkan kepada

pihak pemerintah yang berwenang dalam hal ini lembaga *wilayatul hisbah*. Agar para pedagang yang curang ini merasakan efek jera dan tidak akan mengulangi perbuatannya lagi.

Kepada Pemerintah khususnya di Kabupaten Ogan Ilir, harus lebih melihat, mengawasi, dan mendengar keluhan dari para masyarakat sebagai (konsumen) atas kejahatan yang dilakukan oleh para produsen dan pedagang yang sesuka hatinya melakukan penipuan kepada para konsumen, dan sebagai Pemerintah Kabupaten Ogan Ilir khususnya, harus memeriksa langsung para pedagang yang ada di Pasar Indralaya Mulya, apabila ada pedagang yang menggunakan bahan-bahan makanan yang membahayakan kesehatan konsumen dan dengan sengaja mengurangi berat pada timbangan. Dan menghukum para pedagang yang melakukan kecurangan agar memberi efek jera kepada para pedagang yang curang.

Kepada seluruh mahasiswa program pascasarjana UIN Raden Fatah Palembang agar memberikan kontribusi yang positif terhadap penelitian ini serta diharapkan dapat melakukan penelitian lebih lanjut khususnya tentang perlindungan terhadap semua konsumen dari praktik-praktik penipuan yang terjadi.

REFERENSI

Al – Qur'an al – Karim

Abdurrahman, *Ensiklopedi Ekonomi Keuangan dan Perdagangan*, Jakarta: PT. Pranadya Paramita, 1991, hal: 154

Al-Yasa Abubakar, *Wilayatul Hisbah: Polisi Pamong Praja dengan Kewenangan Khusus di Aceh*, Aceh: Dinas Syari'at Islam Provinsi Aceh. 2009.

Aedy, Hasan, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*, Jakarta: Alfabeta. 2011.

Ali, M. Hasan, *Bergabai Macam Transaksi dalam Islam (Fiqh Muamalah)*, Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada. 2003.

Alimin dan Muhammad. *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*. Yogyakarta: BPFE, 2004.

Ali, Zainuddin, *Hukum Ekonomi Syari'ah*, Jakarta: Sinar Grafika. 2008.

Amirullah, *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Garaha Ilmu, 2002.

Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktik)*. Jakarta: PT. Ranika Cipta. 1998.

Adiwarman Azhar Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan Edisi dua*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004

Deliar Nov, *Perkembangan Pemikiran Ekonomi, Edisi 3*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2012.

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Basaha Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1999.

Edwin, Mustafa Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana, 2007.

Fajar, Mukti ND dan Yulianto Achmad. *Dualisme penelitian hukum normative dan empiris*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2009.

Fakhri, Madjid, *Etika dalam Islam*, penterjemah Zakiyuddin B, Yogyakarta: Pustaka Pelajar dan Pusat Studi Islam UMS. 1997, hal: xv-xvi.

- Fathoni, Abdurrahmat. *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: PT. Asdi Mahasatya, 2006.
- Gilarso, *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*, Yogyakarta: Penerbit Konsius (anggota IKAPI), 2003.
- Hadi, Syamsul Widyarini, “*Metodologi Penelitian Untuk Manajemen dan Akuntansi*”. Yogyakarta: EKONISIA Kampus Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. 2009, hal: 74
- Ika Yunia Fauziah & Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam (Perspektif Maqasid al – Syari’ah*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group. 2014.
- Rafiq Issa Beekun, *Islamic Business Ethics*, Virginia: The International Institute of Islamic Thought, 1997.
- Janus Sidabalok. *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung: Citra Aditya Bhakti, 2006
- Januari, Yadi, *Lembaga-Lembaga Perekonomian Syari’ah*, Bandung: Pustaka Mulia dan Fakultas Syari’ah IAIN Sunan Gunung Djati, 2000.
- John M Echols dan Hasan Sadily, *Kamus Inggris – Indonesia*, Jakarta: Gramedia. 1986.
- Joko P. Subagyo. *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 1997
- Karim, Adiwarmanto, *Ekonomi Mikro Islami Edisi 2*, Jakarta: III/T Indonesia. 2003
- Listiawati, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam (Tafsiran Ayat-ayat Tentang Ekonomi)*, Palembang: Rafah Press. 2012.
- M, John Echols dan Hasan Sadily, *Kamus Inggris – Indonesia*, Jakarta: Gramedia. 1986
- Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008
- Muhammad, *Bisnis Syari’ah Perfektif Mu’amalah dan Manajemen*, Yogyakarta: STIM YKPN. 2007.
- Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*, Yogyakarta: BPFE, 2004.

- Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: UPP - AMP YKPN, 2003.
- Muhammad, *Manajemen Bank Syari'ah*, Yogyakarta: UPP - AMP YKPN, 2003.
- Muhammad, Ahmad Syaifuddin, *Ekonomi dan Masyarakat dalam Perspektif Islam*, Jakarta: Rajawali Press, 1987.
- Muhadjir, Neong. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rake Sarasin, Ed.IV. 2000.
- Mujahidin, Akhmad. "Etika Bisnis Dalam Islam (Analisis Terhadap Aspek Moralitas Pelaku Bisnis)", *Hukum Islam*. Vol. IV No. 2. Desember 2005.
- Nasution, Az. *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Yogyakarta: Diadit Media, 2001, hal 260
- Nasution, Az. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Daya Widya, 1991
- Uswatun, Heni Hasanah, Tesis "Pemikiran Konsumsi Al-Ghazali Dan Relevansinya Terhadap Perekonomian Modern". Palembang, 2015.
- Pemerintahan Republik Indonesia, *UU. Perlindungan Konsumen, Monopoli dan UU. Hak Cipta, Paten dan Merek*. Tahun 1999, Jakarta: CV. Tamita Utama, 1999.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2008.
- Rasyidi, Suherman. *Pengantar Teori Ekonomi (Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro)*, Jakarta: PT. Raja Grafindo, 1998, hlm. 147
- Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Grasindo, 2000.
- Subagyo, Joko P. "Metode Penelitian dalam Teori dan Praktik", Jakarta: Rineka Cipta, 1997.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2010
- Sugiyanto, Catur, *Ekonomi Mikro*, Yogyakarta: BPFY Yogyakarta, 1995.
- Suryabrata, Suryadi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998.
- Undang-undang Negara Republik Indonesia, *UU Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999*.
- UNSRI Fakultas Kedokteran "Penelitian Pasar Desa Indralaya". Tanggal 10 Januari

2015.

Zaky, Abdullah Al-Kaaf. *Ekonomi Dalam Perspektif Islam*. Bandung: Pustaka Setia Bandung. 2002

Zuhaily, al-Zuhayli. *Al-Fiqh al – Islamy WA Adillatuhu*, Beirut: Dar al – Fikri, 1989.

Tesis – tesis:

Catur, Lia Mastuti, 2010, *Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Jual Beli melalui Media Internet*, diakses dari URL: [eprints.undip.ac.id /23920 / 1 / Lia _ Catur _ Muliastuti.pdf](http://eprints.undip.ac.id/23920/1/Lia_Catur_Muliastuti.pdf), pada tanggal 28 Agustus 2015.

Anggia Dyarini M, 2011, *Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha Perangkat Lunak Kepada Konsumen : Kajian Perbandingan Liensi Standard Software, Bespoke Software dan Customized Software*, diakses dari : URL : Www.Lontar.Ui.Ac.Id, pada tanggal 28 Agustus 2015.

Agung Ayu Diah Indrawati “*Perlindungan Hukum Konsumen dalam Pelabelan Produk Pangan*”. 2011.

Hanindyo, Bagus Mantri “*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce*”. 2007

Saragih, Emmy. “*Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Perjanjian Pembelian Perumahan Pada PT. Prima Sarana Mandiri*”. Medan, 2009.

Sayyid, Annisa “*Perlindungan Konsumen Pada Produk dan Jasa Investasi Perbankan Syariah menurut Perspektif Fiqh Ekonomi Islam (studi Kasus di Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta)*”. Yogyakarta, 2008.

Syukri “*Analisis Terhadap Perlindungan Hukum Konsumen Listrik : Studi Pada PT PLN Ranting Dewantara di Kabupaten Aceh Utara*”. Aceh Utara. 2009

Nengah, Ni Werdhyasari (2012), *dalam tesisnya yang berjudul “Perlindungan Konsumen Dalam Kontrak Baku Ecommerce Lintas Negara Di Indonesia”*, Yogyakarta: Program studi Magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana Universitas atma jaya. 2012.

Putu, Ni Ria Dewi Marheni, tesis yang berjudul tentang “*Perlindungan hukum terhadap konsumen berkaitan dengan pencantuman Disclaimer oleh pelaku usaha dalam situs internet (website)*”, Denpasar: Program Pascasarjana

Universitas Udayana Denpasar. hal: x-xi. 2013

Undang – undang:

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2010 Tentang *Satuan Polisi Pamong Praja Indonesia*, Direktorat Tramtib dan Linmas Direktorat Jendral Pemerintahan Umum Kementrian Dalam Negeri. 2010.

Peraturan Daerah Kabupaten Ogan Ilir Nomor 09 Tahun 2013 Tentang *Organisasi dan Tata Kerja Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Ogan Ilir*, Direktorat Tramtib dan Linmas Kabupaten Ogan Ilir. 2013.