

**PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM
BISNIS UNDIAN SMS BERHADIAH
STUDI KOMPARATIF FATWA MUI DAN
UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG
PERLINDUNGAN KONSUMEN**



SKRIPSI

**DISUSUN DAN DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SYARI'AH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
MEMPEROLEH GELAR SARJANA STRATA SATU
DALAM ILMU HUKUM ISLAM**

DISUSUN OLEH:

**DEDE HERMAWAN
NIM: 04360019**

PEMBIMBING:

- 1. DRS. H. FUAD ZEIN, M.A.**
- 2. NURAINUN MANGUNSONG, SH., M.HUM.**

**PERBANDINGAN MAZHAB DAN HUKUM
FAKULTAS SYARI'AH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2009**



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Surat Persetujuan Skripsi

Lamp :-

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Syari'ah
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Dede Hermawan

NIM : 04360019

Judul Skripsi : **PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM BISNIS
UNDIAN SMS BERHADIAH STUDI KOMPARATIF
FATWA MUI DAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8
TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN
KONSUMEN**

sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Syari'ah Jurusan Perbandingan Mazhab dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Hukum Islam.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi Saudara tersebut diatas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 11 Muharram 1430 H
08 Januari 2009 M

Pembimbing I



Drs. H. Fuad Zein, M.A.
NIP. 150 228 207



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Surat Persetujuan Skripsi
Lamp : -

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Syari'ah
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku penimbang berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Dede Hermawan
NIM : 04360019
Judul Skripsi : **PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM BISNIS
UNDIAN SMS BERIHADIAH STUDI KOMPARATIF
FATWA MUI DAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8
TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN
KONSUMEN**

sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Syari'ah Jurusan Perbandingan Mazhab dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Hukum Islam.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi Saudara tersebut diatas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 11 Muharram 1430 H
08 Januari 2009 M

Pembimbing II,


Nurainun Mangunsong, SH., MHum.
NIP. 150 368 333

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi/ Tugas Akhir dengan Judul :

PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM BISNIS UNTUK SMS BERHADIAH STUDI KOMPARATIF, FATWA MUI DAN UNTANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Dede Hermawan

NIM : 04350019

Telah dimunaqasyahkan pada : Jum'at, 16 Januari 2009

Nilai Munaqasyah : **B+**

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Syari'ah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM MUNAQASYAH

Ketua Sidang

Drs. H. Fuad Zein, MA.
NIP. 150 228 207

Pengaji I

Dr. Noorhajdi, S.Ag., MA., M.Phil.
NIP. 150 275 039

Pengaji II

Budi Ruhiatudin, SH., M.Hum.
NIP. 150 300 640



DEKAN
FAKULTAS SYARI'AH
UIN SUNAN KALIJAGA

Prof. Drs. Yudian Wahyudi, MA., Ph.D.
NIP. 150 240 524

MOTTO

Jika kita bersedia menjadi lebih baik daripada diri kita sekarang, semua yang ada di sekeliling kita pun menjadi lebih baik.

خیر الناس أنفعهم للناس

“Sebaik-baik manusia adalah orang yang paling banyak manfaatnya untuk orang lain”.
(Al-Hadits)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi Ini Saya Persembahkan

Kepada :

Almamater UIN Sunan Kalijaga

Yogyakarta

➤ *Kedua Orang Tuaku:*

Ayahanda Drs. BURHANUDDIN dan Ibunda SURYAMI

➤ *Saudara-saudaraku tercinta:*

Euis Lia Yuslianti, SH.
Asep Rahadiyan, ST.
Rahmat Jatmika
Ayi Muhammad Iqbal
Jejen Zaenal Muttaqin
Encep Ridwan Ramadhan

➤ *Seluruh keluarga besarku.*

Dan Untuk:

Seluruh Guruku yang telah mengajarkanku arti kehidupan

Juga untuk:

Sahabat-sahabat karibku.

Tak Lupa:

Untuk mereka yang haus akan ilmu.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ اشْهَدُ انْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَحْدَهُ لَا شَرِيكَ لَهُ وَاشْهَدُ انْ مُحَمَّداً رَسُولَ اللَّهِ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى افْضَلِ خَلْقِ اللَّهِ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى الْهُوَّ وَصَحْبِهِ اجْمَعِينَ ، أَمَّا بَعْدُ .

Syukur Alhamdulillah yang tiada terhingga penyusun haturkan kehadiran Allah swt. Hanya dengan rahmat dan hidayah-Nyalah penyusun dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini hingga tuntas. Salawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad saw. yang telah membuka tabir keluasan ilmu, sehingga kita bisa terlepas dari kungkungan kebodohan yang membelenggu. Skripsi ini mengkaji tema tentang *Perlindungan Konsumen dalam Bisnis Undian SMS Berhadiah Studi Komparatif Hukum Islam dan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*. Oleh karena itu, penyusun mencoba mengkaji tema ini dengan segala keterbatasan yang ada.

Penyusun menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan sukses tanpa campur tangan, dorongan, arahan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penyusun ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

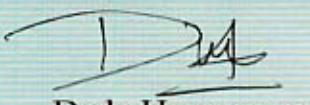
1. Allah swt. yang telah memberikan nikmat yang tiada terhingga, rahmat dan hidayah-Nya sehingga Penyusun dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
2. Ayahanda dan Ibunda, yang telah tulus memberikan sokongan materi dan lantunan do'a untuk kesuksesan buah hatinya, serta Saudara-saudaraku yang selalu menyemangati sehingga penyusun terinspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini. Dan semuanya terimakasih, karena selalu perhatian dengan menanyakan perkembangan penulisan skripsi ini.
3. Bapak Prof. Drs. Yudian Wahyudi, M.A. Ph. D., selaku Dekan Fakultas Syari'ah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Budi Ruhiatudin, SH., M.Hum., selaku Ketua Jurusan Perbandingan Mazhab dan Hukum Fakultas Syari'ah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
5. Bapak Fathurrahman, S.Ag., M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Perbandingan Mazhab dan Hukum Fakultas Syari'ah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

6. Bapak Drs. Fuad Zein, M.A., selaku Penasehat Akademik sekaligus Pembimbing I, serta Ibu Nurainun Mangunsong, SH., M.Hum., selaku Pembimbing II, yang senantiasa memberikan arahan, nasihat, dan bimbingan dengan penuh kesabaran dan keikhlasan, para dosen dan karyawan Fakultas Syari'ah serta karyawan UPT Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah melayani penyusun dengan baik.
7. Teman-teman seperjuangan PMH-1 dan 2 angkatan 2004, serta teman-teman yang belum penyusun sebutkan satu persatu. *Thanks for all, my life will lonely without you.*
8. Teman-temanku: Glen (Heri), Taufik, Afri, Bam's (Bambang), dan Alfi (Syamsuddin) yang telah memberi warna dalam hidup penyusun, kalian adalah *the best friend's*.
9. Teman seperjuangan HMI-MPO, Glen (Heri), Anton, Lutfi, Yudi, Sahroni, anak-anak MARAKOM dan RUKI yang tidak bisa penyusun sebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuan, kerjasama dan kasih sayangnya.
10. Semua pihak yang telah berjasa membantu moril maupun materiil penyusunan skripsi ini yang tidak mungkin disebutkan satu per satu.

Atas semua bentuk bantuan yang telah diberikan, penyusun mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya. Semoga Allah swt. membalasnya dengan yang lebih baik. *Amin ya rabbal alamin.*

Akhirul kalam, penyusun sadar sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik dari pembaca tetap penyusun harapkan demi perbaikan dan sebagai bekal pengetahuan dalam penyusunan-penyusunan berikutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua, khususnya bagi penyusun pribadi. Amîn.

Yogyakarta, 18 Dzulhijjah 1429 H
16 Desember 2008 M
Penyusun,


Dede Hermawan
NIM. 04360019

ABSTRAK

Di era globalisasi ini, kecanggihan di bidang IPTEK (Informasi dan Teknologi) tidak dipungkiri lagi kehebatannya. Dengan adanya IPTEK ini, banyak sekali manfaat yang dapat diperoleh, di antaranya kita dapat saling berhubungan atau berkomunikasi. HP (*handphone*) merupakan modifikasi telekomunikasi yang saat ini menjadi trend di masyarakat. Sebagaimana fungsinya sebagai komunikasi, di dalamnya juga terdapat berbagai fitur menarik yang dapat digunakan, di antaranya SMS (*short message service*). Secara fungsional, SMS digunakan untuk mengirim pesan pendek tertulis (maksimal pesan berjumlah 160 karakter) melalui ponsel. Saat ini SMS merupakan ajang bisnis yang lagi digandrungi masyarakat.

Berbagai *talent show* di semua media elektronik, sering bermunculan maraknya kuis *Short Message Service* (SMS) berhadiah. Deretan acara Kuis SMS seperti Super Show, Infotainment, kuis yang disiarkan oleh beberapa radio, dan yang paling baru, spektakuis yang ditayangkan di salah satu stasiun TV menjadi bukti menjamurnya kuis SMS berhadiah. Namun maraknya layanan berbasis SMS telah merisaukan berbagai kalangan masyarakat. Pasalnya, layanan ini dianggap berdampak membodohi masyarakat dan menjadi ajang perjudian.

Disinilah peran hukum Islam dan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam menyikapi problematika bisnis undian SMS berhadiah ini. Bagaimana pandangan fatwa MUI dan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap bisnis undian SMS berhadiah ini secara legalitas hukumnya.

Kajian ini bersifat *deskriptif-analitik-komparatif*. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah normatif, dengan menjelaskan masalah bisnis undian SMS berhadiah dari sudut pandang fatwa MUI dan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, kemudian dilakukan perbandingan, sehingga diperolehlah persamaan dan perbedaan di antara kedua hukum tersebut.

Berdasarkan metode yang digunakan di atas, maka dalam pengambilan hukum tentang bisnis undian SMS berhadiah antara fatwa MUI dan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah berbeda. Fatwa MUI dalam pengambilan hukumnya berdasarkan nash al-Qur'an dan hadis, sedangkan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen didasarkan pada Undang-undang beserta seperangkat aturan hukum lainnya.

Dalam kasus bisnis undian SMS berhadiah ini, fatwa MUI mengharamkannya. Dinyatakan haram jika suatu model pengiriman SMS mengenai berbagai masalah tertentu yang disertai dengan janji pemberian hadiah. Dijelaskannya, undian SMS berhadiah mengandung judi karena mengundi nasib yang menyebabkan konsumen berharap-harap cemas memperoleh hadiah besar dengan cara yang mudah, mengandung tabdzir karena cenderung membentuk perilaku mubazir yang menyia-nyiakan harta dalam kegiatan yang berunsur maksiat, serta mengandung *garar*, yakni permainan yang tidak jelas dan bersifat mengelabui. Namun hukum tersebut dikecualikan, jika hadiah bukan ditarik dari peserta undian SMS berhadiah. Sedangkan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menilai bahwa undian SMS berhadiah ini dilarang jika terdapat unsur penipuan yang mengakibatkan kerugian pada konsumen. Namun hal ini, sudah diantisipasi dengan adanya UUPK (Undang-undang Perlindungan Konsumen) yang berperan melindungi hak-hak konsumen.

SISTEM TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi huruf Arab ke dalam huruf latin yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada surat keputusan bersama Departemen Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia tertanggal 22 Januari 1988 Nomor: 157/1987 dan 0593b/1987:

I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	b	be
ت	ta'	t	te
ث	s̄a'	s\	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	je
ح	h̄j	h\}	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	z̄al	z\	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	s̄ad	s\}	es (dengan titik di bawah)
ض	d̄ad	d\}	de (dengan titik di bawah)
ط	t̄a'	t\}	te (dengan titik di bawah)
ظ	z̄a'	z\}	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	... ' ...	koma terbalik di atas
غ	gain	g	ge
ف	fa'	f	ef
ق	qaf	q	qi
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	'el
م	mim	m	'em
ن	nun	n	'en
و	waw	w	w
ه	ha'	h	ha

ء	hamzah	'	apostrof
ي	ya'	y	ye

II. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* ditulis rangkap

مُتَعَدِّدَة	ditulis	<i>muta'addidah</i>
عَدَّة	ditulis	<i>'iddah</i>

III. *Ta' Marbūtah* di akhir kata

- a. bila dimatikan tulis *h*

حِكْمَة	ditulis	<i>hikmah</i>
جِزِيَّة	ditulis	<i>jizyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan pada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, salat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- b. bila diikuti kata sandang “*al*” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*

كَرَامَةُ الْأُولَيَاءِ	ditulis	<i>Karāmah al-auliyā'</i>
-------------------------	---------	---------------------------

IV. Vokal Pendek

---	Fathah	ditulis	a
---	Kasrah	ditulis	i
---	Dammah	ditulis	u

V. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif جَاهْلِيَّة	ditulis ditulis	ā <i>jāhiliyyah</i>
2.	Fathah + ya' mati تَنْسِي	ditulis ditulis	ā <i>tansā</i>
3.	Kasrah + yā' mati كَرِيم	ditulis ditulis	ī <i>karīm</i>

4.	Dammah + wāwu mati فروض	ditulis ditulis	ū <i>furūd</i>
----	--------------------------------------	--------------------	-------------------

VI. Vokal Rangkap

1.	Fathah + yā' mati بِينَكُمْ	ditulis ditulis	ai <i>bainakum</i>
2.	Fathah + wāwu mati قول	ditulis ditulis	au <i>qaul</i>

VII. Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أَنْتَمْ	ditulis	<i>a 'antum</i>
أَعْدَتْ	ditulis	<i>u 'iddat</i>
لَئِنْ شَكَرْتُمْ	ditulis	<i>la 'in syakartum</i>

VIII. Kata sandang Alif+Lam

- a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

الْقُرْآن	ditulis	<i>al-Qur'an</i>
الْقِيَاس	ditulis	<i>al-Qiyas</i>

- b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *l* (*el*)nya

السَّمَاءُ	ditulis	<i>as-Sama'</i>
الشَّمْسُ	ditulis	<i>asy-Syams</i>

IX. Penyusunan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

ذُو الْفُرْوَضْ	ditulis	<i>Zawi al-furūd</i>
أَهْلُ السُّنْنَةُ	ditulis	<i>Ahl as-Sunnah</i>

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAKSI	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI	x
DAFTAR ISI	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pokok Masalah	6
C. Tujuan dan Kegunaan	6
D. Telaah Pustaka	7
E. Kerangka Teoritik	11
F. Metode Penelitian	17
G. Sistematika Pembahasan	19
BAB II. TINJAUAN UMUM TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN UNDIAN BERHADIAH	21
A. Perlindungan Konsumen	21
1. Perspektif Hukum Islam	21
a. Pengertian	21
b. Asas-asas Perlindungan Konsumen	22
c. Bentuk-bentuk Perlindungan Konsumen	27
d. Hak Konsumen dalam Hukum Islam	31
2. Perspektif Hukum Positif	34
a. Pengertian	34
b. Tujuan dan Asas-asas Perlindungan Konsumen	35

c. Bentuk-bentuk Perlindungan Konsumen	35
d. Hak dan Kewajiban Konsumen dan Pelaku Usaha	38
B. Undian Berhadiah	41
1. Perspektif Hukum Islam	41
a. Pengertian Undian Berhadiah	41
b. Bentuk-bentuk Undian berhadiah	44
c. Istimbath Hukum	47
2. Perspektif Hukum Positif	52
a. Pengertian Undian Berhadiah	52
b. Bentuk-bentuk Undian berhadiah	53
c. Istimbath Hukum	55
BAB III BISNIS UNDIAN SMS BERHADIAH DALAM PERSPEKTIF FATWA MUI DAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN	59
A. Tinjauan Umum	59
1. Pengertian Undian SMS Berhadiah	59
2. Bentuk-bentuk Undian SMS Berhadiah	59
B. Perspektif Fatwa MUI	64
C. Perspektif Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen	67
D. Undian SMS Berhadiah Dilihat dari Segi Motivasi dan Dampaknya	97
BAB IV ANALISIS PERSAMAAN DAN PERBEDAAN PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM BISNIS UNDIAN SMS BERHADIAH STUDI KOMPARATIF FATWA MUI DAN UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN	100
A. Aspek Yuridis (Legalitas Hukum)	100
B. Aspek Maslahat	112

BAB V	PENUTUP	120
	A. Kesimpulan	120
	B. Saran	123
BIBLIOGRAFI		124
LAMPIRAN-LAMPIRAN:		
	I. TERJEMAHAN	I
	II. BIOGRAFI TOKOH	V
	III. KEPUTUSAN KOMISI B IJTIMA' ULAMA KOMISI FATWA SE-INDONESIA II TAHUN 2006 TENTANG MASA'IL WAQITYYAH MU'ASHIRAH (UNDIAN SMS BERHADIAH)	
	IV. UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN	
	V. CURRICULUM VITAE	VI

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era globalisasi, kecanggihan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi saat ini semakin berkembang dengan pesat. Hal tersebut juga telah membawa perkembangan yang signifikan terhadap dunia teknologi informasi. Ini dapat dilihat dengan adanya telepon seluler sebagai media yang sangat penting dalam bidang informasi dan telekomunikasi, telepon seluler atau sering juga disebut sebagai telepon *mobile nirkabel*, ponsel, *wairless HP*¹ (*handphone*) lahir dengan berbagai jenis yang terus berkembang dengan pesat sehingga menambah *income* bagi dunia bisnis yang bergerak di bidang telekomunikasi dan telepon seluler.

Dalam Undang-undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi yang selanjutnya disebut sebagai Undang-undang IPTEK, teknologi didefinisikan dengan cara atau metode serta proses atau produk yang dihasilkan dari penerapan dan pemanfaatan berbagai disiplin ilmu pengetahuan yang menghasilkan nilai bagi pemenuhan kebutuhan, kelangsungan, dan peningkatan mutu kehidupan manusia.²

Dari rumusan pengertian yang ditegaskan dalam Pasal 1 angka (2) Undang-undang Nomor 18 Tahun 2002 ini, terlihat bahwa teknologi merupakan hasil yang diperoleh dari penerapan dan pemanfaatan berbagai disiplin ilmu pengetahuan untuk

¹ *Wairless HP* adalah koneksi (jaringan) pada handphone, yang berupa modem, 3G, bluetooth, GPRS / MMS / WAP, dan lain sebagainya.

² *Undang-undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang IPTEK*, Pasal 1 angka (2).

pemenuhan kebutuhan manusia. Selanjutnya ditegaskan tentang pengertian Ilmu pengetahuan adalah rangkaian pengetahuan yang digali, disusun, dan dikembangkan secara sistematis dengan menggunakan pendekatan tertentu yang dilandasi oleh metodologi ilmiah, baik yang bersifat kuantitatif, kualitatif, maupun eksploratif untuk menerangkan pembuktian gejala alam dan/ atau gejala kemasyarakatan tertentu.³

Sedangkan pengertian telekomunikasi yang terdapat dalam Undang-undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi, ditegaskan yaitu setiap pemancaran, pengiriman dan/ atau penerimaan dari setiap informasi dalam bentuk tanda-tanda, isyarat, tulisan, gambar, suara, dan bunyi melalui sistem kawat, optik, radio atau sistem elektromagnetik lainnya.⁴ Selanjutnya pengertian alat telekomunikasi adalah setiap alat perlengkapan yang digunakan dalam bertelekomunikasi.⁵ Sarana dan prasarana telekomunikasi yang dimaksud yaitu segala sesuatu yang memungkinkan dan mendukung berfungsinya telekomunikasi.⁶

Dari beberapa ketentuan yang terdapat di dalam Undang-undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang IPTEK terdapat keterkaitan dengan telepon seluler, sehingga dapatlah dikatakan bahwa telepon seluler merupakan produk yang dihasilkan dari penerapan berbagai disiplin ilmu pengetahuan yang menghasilkan nilai bagi pemenuhan kebutuhan, kelangsungan, dan peningkatan mutu kehidupan manusia.

³ *Ibid.*, Pasal 1 angka (1).

⁴ *Undang-undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi*, Pasal 1 angka (1).

⁵ *Ibid.*, Pasal 1 angka (2).

⁶ *Ibid.*, Pasal 1 angka (4).

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (*information and communication technology / ICT*) telah mendorong terjadinya perubahan lingkungan penyelenggaraan bisnis telekomunikasi di setiap Negara. Di Indonesia, perubahan ini memicu lahirnya beragam bisnis telekomunikasi yang berimplikasi ekonomis dan yuridis. Salah satu bisnis tersebut ialah layanan pesan pendek (*short message service/ SMS*) yang lagi digandrungi masyarakat. Karena selain aksesnya cepat dan mudah, juga tarifnya relatif lebih murah.

Trafik SMS tumbuh pesat seiring dengan pertumbuhan penetrasi pelanggan telekomunikasi seluler di Indonesia. Pengguna ponsel bukan lagi masyarakat kalangan atas, namun sudah menjangkau lapisan masyarakat bawah. Bahkan tukang ojek dan tukang sayur pun sudah menjadikan ponsel sebagai pelengkap kegiatannya. Merekalah sang *heavy users SMS*.

ATSI (Asosiasi Telekomunikasi Selular Indonesia) mencatat kontribusi SMS bagi pendapatan operator berkisar 20% hingga 30%.⁷ Model skema pendapatan SKA (*sender keep all*) memungkinkan operator mendapat tambahan pendapatan dari layanan ini tanpa menghitung biaya *terminating charge* untuk interkoneksi. Skema SKA menggambarkan seluruh pendapatan yang diterima oleh si pengirim pesan adalah sepenuhnya milik pengirim pesan dan tidak dibagikan ke penerima pesan.

Secara fungsional, SMS awalnya hanya digunakan untuk mengirim pesan pendek tertulis (maksimal pesan berjumlah 160 karakter) melalui ponsel. Namun berkat sentuhan operator dan inovasi *content provider* (CP), layanan yang sejatinya diperuntukkan sebagai media pengiriman pesan pendek, akhirnya juga ramai

⁷ Admin, “SMS, Dicintai Sekaligus Dibenci” , <http://detikinet.com>., akses 12 Juni 2007.

dimanfaatkan untuk berbagai keperluan acara di TV maupun radio. Betapa SMS telah dimanfaatkan habis-habisan untuk menyukseskan acara kuis, lomba, dan semacamnya yang ditayangkan kedua jenis media elektronik tersebut.

Demam *talent show* di semua media elektronik, sering bermunculan maraknya kuis *Short Message Service* (SMS) berhadiah. Deretan acara kuis SMS seperti super show, infotainment, kuis yang disiarkan oleh beberapa radio, dan yang paling baru, spektakuis yang ditayangkan di salah satu stasiun TV menjadi bukti menjamurnya kuis SMS berhadiah. Namun maraknya layanan berbasis SMS telah merisaukan berbagai kalangan masyarakat. Pasalnya, layanan ini dianggap berdampak membodohi masyarakat dan menjadi ajang perjudian.

Dalam pandangan ekonomi, maraknya penggunaan SMS merupakan fenomena bisnis yang lumrah dan konsekuensi logis ketatnya persaingan antar operator maupun *content provider* (CP), yang tidak diikuti dengan peningkatan jumlah pengguna seperti yang diprediksikan. Akibatnya tiap operator dan CP berlomba menciptakan layanan unik untuk menarik pelanggan, yang terkadang tidak memperdulikan apakah layanan tersebut melanggar aturan atau tidak.

Ketidakberdayaan konsumen dalam menghadapi pelaku usaha ini jelas sangat merugikan kepentingan masyarakat. Pada umumnya para pelaku usaha berlindung dibalik *standard contract* atau perjanjian baku yang telah ditandatangani oleh kedua belah pihak (antara pelaku usaha dan konsumen), ataupun melalui berbagai informasi “semu” yang diberikan oleh pelaku usaha kepada konsumen.⁸ Hal ini yang membuat

⁸ Gunawan Widjaja, *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Gramedia, 2001), hlm. 1-3.

kedudukan antara pelaku usaha dan konsumen tidak seimbang karena konsumen dijadikan obyek bisnis guna mendapatkan keuntungan berlipat ganda.

Hal ini tentu terkait dengan hak konsumen yang menggunakan jasa dari penyedia layanan selular tersebut. Untuk itu perlu dikaji kaitannya antara promosi barang atau jasa berkedok info layanan dengan hukum perlindungan konsumen.

Perlindungan konsumen sesungguhnya telah lama dikenal dalam sistem perundang-undangan Indonesia meskipun aturannya tersebar diberbagai undang-undang. Tersebarnya perlindungan konsumen ke dalam beberapa peraturan perundang-undangan telah mempersulit konsumen untuk mengetahui hak-haknya terhadap pelaku usaha. Oleh karena itu perlu dibentuk suatu undang-undang khusus yang menjadi *lex specialis* dari berbagai peraturan perundang-undangan yang melindungi konsumen. Pada tanggal 9 April 1999, Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) telah disahkan, dan diundangkan pada tanggal 20 April 1999.

Undang-undang Perlindungan Konsumen diberlakukan dalam rangka untuk melindungi atau menjamin konsumen akan hak-haknya yang dirugikan oleh pelaku usaha dalam aktifitas perdagangan atau praktik-praktik jual beli curang yang dilakukan pelaku usaha yang menyebabkan kerugian di pihak konsumen.⁹

Adanya fenomena ini, fatwa MUI melihat bahwa bisnis undian sms berhadiah dipandang lebih obyektif pada unsur judi (*maysir*), undian, dan sayembara. Para

⁹ Tini Hadad, *Upaya Perlindungan Konsumen Kaitannya dengan Undang-undang Perlindungan Konsumen*, dalam Susilo, Zumrotun K., dkk., *Perempuan Bergerak Membingkai Gerakan Konsumen dan Penegakan Hak-hak Perempuan*, (Sulawesi Selatan: YLK Sulawesi Selatan, 2000), hlm. 144.

fuqaha dan mujtahidin telah menjelaskan secara rinci dalam kitab-kitab fiqh mengenai tiga hukum tersebut.

Berangkat dari latar belakang itulah, penyusun berusaha untuk menyinambungkan antara fatwa MUI dengan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, serta perangkat aturan hukum positif lainnya yang berhubungan dengan permasalahan ini.

B. Pokok Masalah

Berdasarkan uraian di atas, terdapat permasalahan-permasalahan yang perlu dibahas dan dipecahkan. Karena permasalahan ini cukup luas dan supaya mendapatkan hasil penelitian yang komprehensif tentang obyek kajian yang diteliti. Maka perlu dilakukan pembatasan. Adapun pokok permasalahan yang penulis angkat dan menjadi pertanyaan, adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perlindungan konsumen dalam bisnis undian sms berhadiah ditinjau dari perspektif fatwa MUI dan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen?
2. Apakah persamaan dan perbedaannya?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Dengan berpijak pada pokok permasalahan di atas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut :

1. Untuk menjelaskan perlindungan konsumen dalam bisnis undian sms berhadiah ditinjau dari perspektif fatwa MUI dan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
2. Untuk menjelaskan persamaan dan perbedaannya.

Adapun kegunaan dari penelitian ini, yaitu:

1. Menambah cakrawala ilmiah bagi perkembangan wacana fiqih kontemporer khususnya dalam kasus undian SMS berhadiah ini.
2. Memberikan pemahaman dan informasi mengenai undian SMS berhadiah serta dampak yang akan ditimbulkannya dari segi ekonomi dan psikis dalam kehidupan.

D. Telaah Pustaka

Dalam telaah pustaka ini kiranya penyusun perlu mengemukakan beberapa rujukan yang dimanfaatkan dalam penelitian ini. Sekaligus perlu ditampilkan pula sejumlah referensi sebelumnya yang pernah membahas tentang bisnis undian sms berhadiah sehingga nantinya akan terlihat perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya. Penulisan karya ilmiah yang membahas tentang undian, hadiah, dan perlindungan konsumen cukup banyak ditemukan, akan tetapi yang membahas tentang perlindungan konsumen dalam bisnis undian SMS berhadiah studi komparatif fatwa MUI dan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sepengetahuan penulis belum ada. Untuk mendukung persoalan yang lebih mendalam terhadap masalah di atas, penyusun berusaha

melakukan penelitian literatur yang relevan terhadap masalah yang menjadi obyek penelitian. Adapun literatur tersebut diantaranya adalah:

Masjfuk Zuhdi dalam bukunya *Masail Fiqhiyah*¹⁰, diterangkan mengenai undian berhadiah, pendapat para ulama-ulama mengenai undian, dan seperangkat peraturan perundang-undangan yang mengatur penyelenggaraan undian dan penertiban judi.

Yusuf al-Qaradžawi dalam bukunya yang berjudul *Fatwa-fatwa Kontemporer III*¹¹, dibahas di dalam bukunya mengenai hukum undian berhadiah, baik dari bentuk yang diperselisihkan, diperbolehkan dan dari bentuk yang diharamkan oleh syari'at. Beliau juga mengatakan bahwa hadiah-hadiah yang merupakan impor dari masyarakat ke masyarakat kita yang Islami pada dasarnya tidak ada maslahat yang jelas bagi masyarakat, karena yang akan mengambil faedahnya hanya para pedagang-pedagang besar dan orang yang beruntung (dengan jalan mengadu nasib bersama-orang-orang tamak).

Proses globalisasi ekonomi yang sekarang berlangsung akan memperluas ruang gerak arus bisnis. Konsumen merupakan sasaran/ obyek aktivitas bisnis para pelaku usaha untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Untuk itu perlu ditingkatkan harkat dan martabat konsumen yang dilakukan melalui peningkatan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya dan di sisi lain perlu pula ditumbuhkembangkan sikap pelaku

¹⁰ Masjfuk Zuhdi, *Masail Fiqhiyah: Kapita Selekta Hukum Islam*, cet. ke-7, (Jakarta: Haji Masagung, 1993).

¹¹ Yusuf al-Qaradžawi, *Fatwa-fatwa Kontemporer Jilid 3*, Penerjemah: Abdul Hayyie al-Kattani, Masturi Irham, Ahmad Ikhwani, Atik Fikri Ilyas, cet. ke-1, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002).

usaha yang bertanggung jawab. Dalam buku yang berjudul *Hukum Perlindungan Konsumen*,¹² penyunting oleh Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, di dalamnya mengatur tentang perlindungan hukum terhadap konsumen dan terdapat Undang-undang yang mengaturnya.

Adapun skripsi yang membahas tentang *Perlindungan Konsumen dalam Bisnis Undian SMS Berhadiah Studi Komparatif Fatwa MUI dan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen* adalah sebagai berikut:

Skripsi karya Ilham Ahidin yang berjudul *Undian Berhadiah sebagai Sarana Promosi (Studi Komparatif Hukum Islam dan Positif)*, tahun 2008. Skripsi ini membahas undian berhadiah yang diperbolehkan dalam hukum Islam dan hukum positif, ialah undian berhadiah yang disediakan untuk memotivasi dan mengajak kepada peningkatan ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan amal saleh serta untuk menghimpun dana guna kepentingan umum atau Negara. Undian yang diperselisihkan yaitu konsumen mendapatkan kupon/ kartu undian, setelah membeli suatu produk. Dalam persaingan perdagangan yang timbul akibat adanya undian berhadiah, yang bisa menimbulkan keuntungan pada satu pihak saja, maka hukum Islam dan hukum Positif menganjurkan agar berperilaku bisnis selalu beretika, seperti jujur, adil.¹³

Skripsi karya Mukaromah yang berjudul *Hadiah sebagai Promosi untuk Menarik Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam (Studi terhadap Pasal 13 dan 14*

¹² Husni Syawali, (Neni Sri Imaniyati, ed.), *Hukum Perlindungan Konsumen*, cet. ke-1, (Bandung: Mandar Maju, 2000).

¹³ Ilham Ahidin, “Undian Berhadiah sebagai Sarana Promosi (Studi Komparatif Hukum Islam dan Positif)”, Skripsi Fakultas Syari’ah UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2008.

Undang-undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen), tahun 2006. Skripsi ini mengkaji tentang hadiah dalam dunia perdagangan berubah fungsi menjadi satu media untuk promosi penjualan, yang mana fungsi promosi tersebut untuk menarik konsumen sebanyak-banyaknya. Ketentuan mengenai hal ini di Indonesia telah diatur dalam Pasal 13 dan 14 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Bentuk hadiah yang dijelaskan dalam Undang-undang adalah hadiah untuk mendongkrak perdagangan. Hal ini boleh menurut Islam karena hadiah yang diberikan oleh produsen merupakan penghargaan bagi konsumen yang membeli. Ketentuan tersebut sesuai dengan pengertian hadiah menurut hukum Islam bahwasanya hadiah (hibah) adalah pemberian untuk orang lain sebagai bentuk penghormatan dan kasih sayang. Dan hal ini juga dibenarkan oleh para ulama mazhab.¹⁴

Uraian di atas menunjukkan bahwa skripsi berjudul *Perlindungan Konsumen dalam Bisnis Undian SMS Berhadiah Studi Komparatif Fatwa MUI dan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen* ini, belum pernah ada yang membahasnya dalam suatu karya ilmiah. Dalam skripsi ini penyusun berusaha untuk meneliti bagaimana perlindungan konsumen dalam bisnis undian sms berhadiah ditinjau dari perspektif fatwa MUI dan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, serta persamaan dan perbedaannya. Untuk mencapai tujuan dari penelitian yang dilakukan, penyusun melakukan observasi dan penelitian semaksimal mungkin serta berusaha menggali dari berbagai literatur, sehingga diharapkan mendapatkan gambaran mengenai perlindungan konsumen

¹⁴ Mukaromah, "Hadir sebagai Promosi untuk Menarik Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam (Studi terhadap Pasal 13 dan 14 Undang-undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen)", Skripsi Fakultas Syari'ah UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2006.

dalam bisnis undian SMS berhadiah studi komparatif fatwa MUI dan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

E. Kerangka Teoretik

Pada saat ini umat Islam dihadapkan kepada persoalan-persoalan ekonomi kontemporer, akibat dari perkembangan peradaban manusia dan kemajuan IPTEK (Ilmu Pengetahuan dan Teknologi). Munculnya kegiatan ekonomi kontemporer dengan berbagai bentuk dan ragamnya yang begitu kompleks, menimbulkan pula permasalahan hukum di kalangan umat. Kompleksitas masalah perekonomian modern dewasa ini, menuntut pula elastisitas dan fleksibilitas dalam memberi solusi terhadap permasalahan yang dihadapi.¹⁵

Apalagi realita yang ada telah memberikan gambaran yang jelas yaitu:

إن النصوص تتناهى ولكن الحوادث لا تتناهى.¹⁶

Timbulnya penemuan-penemuan baru akibat kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, berakibat pula menggeser cara pandang dan membentuk pola alur berfikir yang membawa konsekuensi logis dan membentuk norma baru dalam kehidupan masyarakat. Maka tidak semestinya kemajuan IPTEK dan peradaban manusia itu dihadapkan secara konfrontatif dengan nash, tetapi harus dicari pemecahannya secara ijihad. Dalam banyak hal pada aktivitas ekonomi, Islam memberikan skala normatifnya secara global.

¹⁵ Ahmad Munif Sirsabea Alafsana, *Mazhab Jogja: Menggagas Paradigma Ushul Fiqh Kontemporer*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Press, 2001), hlm. 200.

¹⁶ Abu Zahrah, *Tarikh al-Mazahib al-Islamiyyah fi al-Siyasah wa al-Aqa'id wa Tarikh al-Mazahib al-Fiqhiyyah*, (Kairo: Dar al-Fikri, 1989), hlm. 16.

Dalam menyikapi problematika kontemporer ini, bisnis undian SMS berhadiah dipandang oleh Islam bahwasanya terdapat unsur judi, undian, dan sayembara. Para fuqaha dan mujtahidin telah menjelaskan secara rinci dalam kitab-kitab fiqih mengenai ketiga hukum tersebut.¹⁷

1. Judi (*Maisir*)

Dalam ayat suci al-Qur'an ada beberapa ayat dari beberapa surat mengenai perjudian:

- a. ... وَمَا ذَبَحَ عَلَى النَّصْبِ وَانْتَسَقْسَمُوا بِالْأَزْلَامِ^{١٨} ذَلِكُمْ فُسْقٌ ...
- b. يَأْيَهَا الَّذِينَ امْنَوْا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ
مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَنِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعْكُمْ تَقْلُحُونَ.^{١٩}

Aspek penting dalam larangan judi adalah ketidakpastian (spekulasi) atas 'nasib' harta yang dipertaruhkan, bisa hilang dan pemiliknya merugi tapi bisa juga menjadi berlipat ganda, tapi merugikan yang lainnya. Dalam beberapa muamalah lain, sifat spekulasi semacam ini juga dilarang seperti

¹⁷ Muhammad Shiddiq Al-Jawi, *Kuis Via SMS dan Premium Call Dalam Syariat Islam*, (Yogyakarta: Ar Raudhoh Pustaka, 2006), hlm. 27.

¹⁸ Al-Maidah (5): 3.

Al-azla^m, artinya: anak panah yang belum pakai bulu. Orang Arab Jahiliyah menggunakan anak panah yang belum pakai bulu untuk menentukan apakah mereka akan melakukan suatu perbuatan atau tidak. Caranya ialah: mereka ambil tiga buah anak panah yang belum pakai bulu setelah ditulis masing-masing yaitu dengan: "lakukanlah" "jangan lakukan", sedang yang ketiga tidak ditulis apa-apa, diletakkan dalam sebuah tempat dan disimpan dalam Ka'bah. Bila mereka hendak melakukan sesuatu perbuatan maka mereka meminta supaya juru kunci Ka'bah mengambil sebuah anak panah itu. Terserahlah nanti apakah mereka akan melakukan atau tidak melakukan sesuatu, sesuai dengan tulisan anak panah yang diambil itu. Kalau yang terambil anak panah yang tidak ada tulisannya, maka undian diulang sekali lagi.

¹⁹ Al-Maidah (5): 90.

jual beli buah yang belum matang (ijon). Pembeli bisa rugi karena ternyata kuantitas atau kualitas buah matang tidak seperti yang ditaksir, atau bisa juga untung besar karena hasil buah bisa berlipat, sedang harga yang diberikan jauh lebih kecil. Judi diharamkan karena merupakan praktik “memakan harta manusia secara bathil”. Juga karena judi dapat menyebabkan manusia malas bekerja dan hanya menanti keberuntungan yang belum pasti.

2. Undian (*qur’ah*)

Sedang undian secara umum adalah boleh. Undian ini mubah karena pernah dilakukan oleh Rasulullah saw. Imam al-Qurthubi (*Tafsir al-Qurthubi*, XV/ 125) mengutip ucapan Ibn al-‘Arabi, bahwa undian (*qur’ah*) terjadi dalam tiga peristiwa pada masa Nabi, yaitu :

- Sebagaimana Nabi saw. sering mengundi istrinya:

وعنها رضي الله عنها قالت : (كان رسول الله صلى الله عليه وسلم إذا أراد سفراً أقرع بين نسائه فأيتمن خرج سهّمها خرج بهامعه) متفق عليه.²⁰

- Bahwa pernah ada seorang laki-laki yang sakit menjelang matinya, lalu membebaskan enam orang budak yang dimilikinya, padahal dia tak punya harta lain kecuali enam orang budak itu. Maka Rasulullah melakukan undian untuk menentukan siapa yang boleh dibebaskan, yaitu sepertiganya (dua orang). Maka Rasulullah membebaskan dua orang budak (yang namanya keluar dalam undian) sedang empat budak lainnya tetap menjadi budak laki-laki tersebut.

²⁰ Al-Hafiz Ibn Majr al-Asjolani, *Bulug al-Maram*, (Beirut: Dar al-Islami, t.t.), hlm. 230.

- c. Bawa ada dua orang laki-laki yang mengadukan perkaranya kepada Nabi, yaitu masalah warisan berupa status harta yang sudah tak bisa lagi dibedakan dengan jelas siapa yang berhak. Maka Nabi lalu memerintahkan keduanya untuk melakukan undian, dan yang namanya keluar berarti dia adalah yang berhak atas barang warisan itu.

Dalam pandangan Islam segala macam bentuk kesamaran dan penipuan dalam berbisnis apapun bentuk dan macamnya adalah hal yang sangat dilarang. Karena segala macam bentuk muamalat tidak boleh ada *garar* yaitu tipu daya atau sesuatu yang menyebabkan salah satu pihak merasa dirugikan oleh pihak lainnya.²¹ Di dalam hadis juga ditetapkan mengenai larangan jual beli yang mengandung kesamaran (*garar*) dan penipuan:

لَيْسَ مَنْ مِنْ عَسْنَا²².

Larangan tersebut dimaksudkan semata-mata agar tidak terjadi kerugian atas hak dari salah satu pihak atau keduanya. Sebagaimana juga disebutkan dalam kaidah fiqhiyah:

لَا ضررُ وَلَا ضرَا²³.

²¹ Juhaya S. Praja, *Filsafat Hukum Islam*, (Bandung: LPPM UNISBA, 1995), hlm. 114.

²² Abi Bakr Muhammad al-Husain al-Baihaqi, *al-Sunan al-Shaghir*, bab Ma jaa fi al-tladisi wa kitmani al-aibi bi al-mubii, hadis no. 2016, (Beirut: Dar al-Fikr, t.t), I: 482, diriwayatkan oleh Abu Hurairoh, hlm. 482-483.

²³ Ahmad Dzajuli, *Kaidah-kaidah Fiqh: Kaidah-kaidah Hukum Islam dalam Menyelesaikan Masalah-masalah yang Praktis*, (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 11.

Bila salah satu pihak berbuat merugikan hak lain, maka orang tersebut harus bertanggungjawab atas perbuatannya. Sebagaimana juga disebutkan dalam kaidah fiqhiyah:

الخارج بالاضمان.²⁴

Dengan mengetahui maksud dan tujuan hukum Islam dapat diketahui alasan mengapa *syar'i* menetapkan suatu hukum tertentu (khususnya dalam *syari'at mu'amalah*), sehingga berdasarkan alasan itu dapat diketahui kajian suatu aturan hukum dapat diterapkan dan kapan tidak. Sebagaimana kaidah yang berbunyi *al-hukmu yaduru ma'a 'illatihi (manta al-hukmu, alasan yang mendasarinya)*. Dengan kata lain suatu aturan hukum pada dasarnya dapat berubah apabila kemaslahatan yang merupakan tujuan hukum Islam mengendakinya, karena kemaslahatan sebagaimana dikemukakan merupakan *illat* atau *manta al-hukmu* (alasan yang mendasari adanya suatu hukum).

Secara yuridis formal, ketentuan mengenai unsur-unsur yang dapat dikategorikan sebagai perbuatan judi dan penipuan belum ada pengaturannya yang jelas. Namun akibat hukum yang ditimbulkan dari bisnis SMS tersebut, yakni kerugian bagi pihak konsumen (*user*) maka di dalam aturan hukum formil sudah diatur hak dan kewajiban konsumen sebagaimana terdapat dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk

²⁴ *Ibid.*, hlm. 133.

diperdagangkan.²⁵ Konsumen merupakan *stake holder* yang hakiki dalam bisnis modern. Bisnis tidak akan berjalan tanpa adanya konsumen yang menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh produsen.

Berkaitan dengan perlindungan konsumen terhadap penipuan yang berkedok undian sms berhadiah sehingga konsumen dirugikan, dalam hal ini Undang-undang Perlindungan Konsumen menegaskan bahwa konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/ atau jasa.²⁶

Di dalam Undang-undang ini, salah satunya mengatur dalam memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktik usaha yang menipu dan menyesatkan. Sebagaimana yang dijelaskan dalam Pasal 13 dan 14 Undang-undang Perlindungan Konsumen.

Secara substansi, ketentuan Pasal 303²⁷ pada intinya melarang setiap orang melakukan tipu muslihat (pembodohan masyarakat), dengan cara meminta seseorang untuk menyerahkan barang sesuatu (uang) kepadanya. Bagi yang melanggar akan diancam, karena penipuan, dengan pidana penjara paling lama empat tahun

Larangan-larangan yang diberlakukan oleh Undang-undang pada pelaku usaha di atas dalam rangka untuk mencegah praktik illegal dalam berbisnis. Sehingga hak-hak konsumen yang ada di atas tidak dirugikan oleh pelaku usaha.

Dari uraian serta wacana-wacana di atas, sekiranya sudah mencukupi untuk dijadikan sebagai kerangka teoritik guna mendapatkan analisis terhadap

²⁵ Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 1 ayat (2).

²⁶ Ibid., Pasal 4 huruf (a).

²⁷ Kitab Undang-undang Hukum Pidana.

perlindungan konsumen dalam bisnis undian sms berhadiah perspektif fatwa MUI dan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

F. Metode Penelitian

Dalam penyusunan skripsi ini, Penyusun menggunakan metode penelitian sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian dalam skripsi ini adalah penelitian *Library Research*²⁸ yaitu penelitian yang sumber datanya diperoleh melalui penelitian buku-buku yang berkaitan dengan masalah yang akan dibahas berdasarkan fatwa MUI dan Undang-undang Perlindungan Konsumen, serta literatur-literatur penunjang sebagai pelengkap dan pembanding.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat *deskriptif-analitik-komparatif*,²⁹ yaitu penelitian yang bertujuan memaparkan dan selanjutnya menganalisa paradigma antara fatwa MUI dan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam problematika bisnis undian SMS berhadiah. Kemudian dari hasil analisis tersebut dikomparasikan antara kedua paradigma hukum tersebut untuk ditarik ke arah suatu kesimpulan.

²⁸ Sutrisno, *Metodologi Research*, (Yogyakarta: LKis, 1999), hlm. 9.

²⁹ Sudarto, *Metode Penelitian Filsafat*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1996), hlm. 47-59.

3. Pendekatan

- a. Normatif, yaitu pendekatan terhadap masalah perlindungan konsumen dalam bisnis undian SMS berhadiah studi komparatif fatwa MUI dan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- b. Komparatif, yaitu pendekatan yang dilakukan dengan membandingkan antara hukum yang satu dengan yang lain.³⁰ Dalam hal ini membandingkan fatwa MUI dengan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Gunanya untuk memperoleh persamaan dan perbedaan di antara kedua hukum tersebut.

4. Teknik Pengumpulan Data

- a. Sumber Data Primer, yaitu buku-buku pokok yang digunakan untuk membahas skripsi penyusun yang berjudul *Perlindungan Konsumen dalam Bisnis Undian SMS Berhadiah Studi Komparatif Fatwa MUI dan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*.
- b. Sumber Data Sekunder, yaitu data tambahan yang digunakan penulis untuk membantu penulisan skripsi. Dalam hal ini berupa ensiklopedia, karya ilmiah, jurnal, internet, dan bentuk tulisan lain yang berkaitan dengan bahasan studi pada penelitian ini.

³⁰ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, cet. ke-3, (Jakarta: Kencana, 2007), hlm. 95.

5. Analisis Data

Sesudah data-data yang diperlukan terkumpul, kemudian diklasifikasikan dan dikategorikan, sesuai dengan permasalahan yang ingin diungkap. Selanjutnya dianalisis baik secara *induktif* yaitu menganalisa data yang bersifat khusus untuk kemudian ditarik kepada kesimpulan yang bersifat umum, dan secara *deduktif* yaitu suatu pola berfikir dengan menarik kesimpulan dari data yang umum kepada kesimpulan yang khusus. Di samping itu, Penyusun juga menggunakan komparatif, yaitu membandingkan sebuah karya yang satu dengan karya yang lainnya untuk mencari persamaan dan perbedaan tentang masalah yang dibahas.³¹

G. Sistematika Pembahasan

Dalam menguraikan skripsi ini, penyusun membagi pembahasannya ke dalam lima bab, dimana antara bab yang satu dengan bab yang lainnya saling berkaitan.

Bab pertama, berisi latar belakang masalah untuk memberikan penjelasan, alasan serta latar belakang dari pembahasan yang diteliti. Pokok masalah dimaksudkan untuk mempertegas tentang masalah-masalah yang akan diteliti agar lebih spesifik. Kemudian tujuan dan kegunaan, serta telaah pustaka. Kerangka teoritik untuk memberikan gambaran tentang kerangka berfikir penyusun dalam menyelesaikan masalah. Selanjutnya metode penelitian dan

³¹ Anton Bakker dan Ahmad Charis Zubar, *Metode Penelitian Filsafat*, (Yogyakarta: Kanisius, 1992), hlm. 71.

terakhir tentang sistematika pembahasan untuk menerangkan hasil-hasil penelitian.

Bab kedua, berisi tinjauan umum tentang perlindungan konsumen dan undian berhadiah. Pada bab ini akan dijelaskan bagaimana pandangan hukum Islam dan hukum positif terhadap perlindungan konsumen dan undian berhadiah. Tujuannya adalah untuk memberikan dasar pijakan sebelum masuk pada bab III yang membahas mengenai objek penelitian skripsi.

Bab ketiga, merupakan pembahasan materi inti. Dimulai pada tinjauan umum terhadap bisnis undian SMS berhadiah dan bentuk-bentuk undian SMS berhadiah apa saja yang terjadi di masyarakat. Selanjutnya mendeskripsikan permasalahan tersebut dalam pandangan fatwa MUI dan Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Serta motivasi dibalik bisnis undian SMS berhadiah dan dampak yang ditimbulkannya. Tujuannya adalah untuk mencari persamaan dan perbedaan diantara kedua sistem hukum tersebut yang merupakan analisis pada bab IV.

Bab keempat, akan diuraikan analisa penyusun mengenai persamaan dan perbedaan perlindungan konsumen dalam bisnis undian SMS berhadiah perspektif fatwa MUI dan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dari aspek yuridis (legalitas hukum) dan aspek maslahat.

Bab kelima, merupakan bab penutup yang berupa kesimpulan dari penelitian dan saran-saran terhadap kekurangan dalam pembahasan obyek penelitian ini.

BAB II

TINJAUAN UMUM TENTANG

PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN UNDIAN BERHADIAH

A. Perlindungan Konsumen

1. Perspektif hukum Islam

a. Pengertian

Sebagaimana dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen, pada hakikatnya istilah konsumen mempunyai arti yang luas. Meski dalam UUPK di Indonesia, pengertian konsumen masih belum mencakup pengertian konsumen secara luas. Hal inilah yang menjadi bahan kritikan para ahli hukum. Dalam hukum Islam, definisi dari pengertian konsumen berkaitan dengan konsep-konsep Islam mengenai harta, hak dan kepemilikan dengan transaksi ataupun tidak. Memang diakui bahwa para ahli hukum Islam terdahulu tidak memberikan definisi yang khusus mengenai istilah konsumen dan juga tidak pernah menjadikannya sebagai suatu obyek kajian hukum secara khusus.

Seperti yang didefinisikan oleh Muhammad dan Alimin, bahwa konsumen didefinisikan sesuai dengan prinsip-prinsip perlindungan konsumen dalam Islam yaitu “setiap orang, kelompok atau badan hukum pemakai suatu harta atau jasa karena adanya hak yang sah, baik ia dipakai untuk pemakaian akhir, ataupun untuk proses produksi selanjutnya.” Dengan definisi seperti ini, pengertian konsumen dalam hukum Islam tidak hanya

terbatas pada perorangan saja, melainkan mencakup suatu badan hukum seperti yayasan, badan wakaf, dan lainnya.¹

Dengan pengertian konsumen tersebut, diambil satu pengertian bahwa konsumen dalam Islam termasuk semua pemakai barang, baik barang itu untuk dipakai sendiri ataupun sebagai alat perantara untuk proses produksi selanjutnya karena keadilan adalah milik semua orang, apakah ia berkedudukan sebagai individu, kelompok atau publik. Sementara pengertian “karena adanya hak yang sah”, pernyataan ni adalah untuk mengecualikan para pemakai barang yang tidak sah atau pemilikan barang dengan cara merampas, mencuri harta orang lain, dan lain-lainnya, sehingga pemakaian tersebut tidak akan ditanggung oleh pemilik barang, sesuai dengan asas tanggung jawab yang terdapat dalam hukum peradilan Islam.

b. Asas-asas Perlindungan Konsumen

Upaya Islam dalam melindungi konsumen dapat dilihat dalam beberapa hal yang menjadi asas-asas/ prinsip-prinsip dalam muamalat, sebagai berikut:

- 1) Asas/ prinsip kerelaan, kedua belah pihak rela atau saling ridha;

Muamalat dilakukan atas dasar suka sama suka dan adanya kerelaan dari kedua belah pihak, tanpa mengandung unsur paksaan.² Setiap bentuk muamalat antar individu atas antar pihak harus

¹ Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: BPFE), hlm. 128.

² Ahmad Azhar Basjir, *Filsafat Hukum Islam*, (Bandung: LPPM UISBA, 1995), hlm. 114.

didasarkan pada kerelaan masing-masing pihak yang bersangkutan dan antar kedua belah pihak penyelenggara akad. Penyelenggara terhadap kebebasan kehendak itu berakibat tidak dibenarkannya sesuatu bentuk muamalat. Sebagai contoh, menipu dalam jual beli. Seperti penjual menyembunyikan cacat pada barang kepada pembeli dan pembeli memanipulasi alat pembayarannya dan mereka sama-sama tahu dan jelas perbuatannya.

Hal ini merupakan pelanggaran terhadap asas/ prinsip sukarela, karena ada unsur paksaan (*ikrah*), penipuan (*al-ghabban*) dan akad yang tidak mencerminkan kehendak yang perbuatan tersebut dapat merugikan kedua belah pihak yang bersangkutan. Maka asas/ prinsip ini sebenarnya untuk melindungi kepentingan kedua belah pihak, baik itu konsumen ataupun pelaku usaha.

2) Asas/ prinsip kejujuran, menepati amanah dan nasihat;³

Pada asas/ prinsip ini muamalat menekankan akan nilai transaksi yang terpenting adalah kejujuran. Cacat-cacat dasar perdagangan di dunia ini dan paling banyak memperburuk citra perdagangan adalah kebohongan, manipulasi, dan mencampuradukkan kebenaran dan kebatilan, baik secara dusta dalam menerangkan spesifikasi barang dagangan dan mengunggulkannya atas yang lain dalam memberitahukan tentang harga belinya atau harga jualnya kepada orang lain dan sebagainya. Menepati amanah

³ Yusuf al-Qaradawi, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*, alih bahasa, Didin hafiduddin, (Jakarta: Rabhani Press, 1997), hlm. 297.

adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, baik berupa upah atau harga. Diantara yang menyempurnakan dan menguatkan nilai kejujuran dan menepati amanah adalah nasehat, maksudnya menyukai kebaikan dan manfaat bagi orang lain sebagaimana ia menyukainya untuk dirinya sendiri dan menjelaskan kepada cacat-cacat tersembunyi pada barang yang dijual yang ia ketahui, tetapi pembeli tidak dapat melihatnya karena tidak tampak kecuali beberapa saat. Contoh melanggar prinsip kejujuran ini adalah berbohong mempromosikan barang dalam menetapkan harga, banyak bersumpah palsu.

- 3) Asas/ prinsip saling menguntungkan, tidak saling merugikan dan tidak ada pihak yang dirugikan;

Dalam kegiatan jual beli, asas saling menguntungkan yaitu tidak ada salah satu pihak yang dirugikan harus dipenuhi. Apabila produk yang diperdagangkan oleh pelaku usaha berakibat kerugian pada konsumen baik itu kerugian material atau bahkan membahayakan jiwa seseorang, maka pelaku usaha harus bertanggung jawab mengganti kerugian yang diderita konsumen. Sehingga asas saling menguntung yaitu tidak ada pihak yang dirugikan dapat tercapai.

- 4) Asas/ prinsip saling tolong-menolong (*ta'win*), banyak ayat al-Qur'an dan sunnah yang menekankan keharusan saling membantu antara sesama manusia pada umumnya;⁴
- 5) Asas/ prinsip mewujudkan keadilan diantara pihak-pihak yang menyelenggarakan akad, menghindari unsur-unsur pengambilan kesempatan dalam kesempitan;⁵

Akad-akad dalam Islam dibangun atas dasar mewujudkan keadilan dan menjauhkan penganiayaan. Keadilannya itu diantaranya adalah yang jelas dapat diketahui oleh setiap orang dengan akalnya, seperti halnya pembeli wajib menyerahkan harga dan penjual menyerahkan barang kepada pembeli, dilarang curang dalam menimbang dan menakar. Dalam prinsip keadilan ini juga mencakup larangan melakukan muamalat yang menyebabkan pemakaian harta secara batil, seperti jual beli *garar*, akad-akad dimana ada unsur kemenangan dan menyembunyikan cacat barang dagangan. Tampaknya sah dan suka sama suka diantara kedua belah pihak, terutama ketika pembeli sedang sangat membutuhkan, tetapi sebenarnya di dalamnya terlibat penganiayaan atau eksplorasi.

- 6) Asas/ prinsip semua akad dan muamalat tidak sempurna kecuali dengan menempatkan ukuran dan membataskan harga;⁶

⁴ Fatchurrahman Djamil, *Muhammadiyah dan Perkembangan Muamalah Kontemporer*, dalam Muhammad Azhar dan Hamim Ilyas (ed.), *Dinamisasi Pengembangan Pemikiran Keislaman Muhammadiyah Purifikasi dan Dinamisasi*, cet. ke-1, (Yogyakarta: LPPI UMY, 2000), hlm. 64-66.

⁵ Ahmad Muhammad al-‘assai dan Fathi Ahmad Abdul Karim, *Sistem Ekonomi Islam*, alih bahasa Abu Ahmadi dan Anshori Umar Sitanggal (Surabaya: Bina Ilmu, 1980), hlm. 190.

Semua muamalat tidak sah kecuali jika barang yang diakadkan itu ukurannya terbatas dan harganya pun dimaklumi agar orang terhindar dari penipuan dan pertengkarannya.

- 7) Asas/ prinsip dalam muamalat harus berdasarkan kejelasan, baik mengenai kualitas maupun kuantitas;⁷

Prinsip ini untuk menghindari terjadinya jual beli *garar*, sehingga barang yang hendak diperjual belikan harus jelas baik kualitas maupun kuantitasnya yang meliputi jumlah barang, mutu, harga, dan waktunya.

- 8) Asas/ prinsip muamalat dilakukan atas dasar pertimbangan mendatangkan manfaat dan menghindari mudharat dalam kehidupan individu dan masyarakat;

Oleh karena itu, Islam mengharamkan jual beli barang yang sekiranya dapat membahayakan jiwa dan raga pemakainya.

- 9) Asas/ prinsip bisa diselenggarakan dengan cara apapun, asal kedua belah pihak tetap menghindari penipuan, *garar*, dan barang-barang yang dilarang menjadi obyek jual beli;⁸ dan

⁶ *Ibid.*, hlm. 196-197.

⁷ Thahir Abdul Muhsin Sulaiman, *Menanggulangi Krisis Ekonomi Secara Islam*, alih bahasa Anshori Umar Sitanggal (Bandung: al-Ma’arif, 1985), hlm. 361-365.

⁸ *Ibid.*, hlm. 165.

⁹ *Ibid.*, hlm. 150.

- 10) Asas/ prinsip tetap berpengaruhnya rasa cinta dan lemah lembut antara dua penyelenggara muamalat, kasih sayang dan larangan terhadap monopoli;

Islam mewajibkan perasaan kasih sayang diantara sesama manusia, sehingga penjual atau pelaku usaha hendaknya perhatian utama dan tujuan usahanya tidak hanya untuk mengeruk keuntungan sebesar-besarnya, tetapi membantu yang lemah.¹⁰

Inilah asas-asas atau prinsip-prinsip muamalat yang senantiasa harus dipegang oleh kedua belah pihak penyelenggara akad. Bila prinsip ini dipakai dalam muamalat akan dapat dicapai, disamping juga keberuntungan dalam perdagangan dan prinsip di atas sebenarnya adalah dalam rangka untuk melindungi kedua belah pihak terhadap kepentingannya masing-masing.

c. Bentuk-bentuk Perlindungan Konsumen

Pelarangan atas dilanggarannya hak-hak konsumen dalam Islam pada perantaraan barang dan/ atau jasa, atau cara-cara jual beli dalam bentuk-bentuk antara lain:

- 1) Larangan memperdagangkan barang dan/ atau jasa yang dikategorikan haram;

Larangan ini sebagaimana disebutkan dalam hadis berikut:

¹⁰ Yusuf al-Qaradawi, *Norma dan Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), hlm. 189.

ان الله ورسوله حرم بيع الخمر والميّة والحزير والأصنام.¹¹

2) Menyembunyikan kecacatan barang yang hendak diperjual belikan;

Konsumen berhak atas barang yang baik, sehingga apabila pada barang dan/ atau jasa yang diperjual belikan terdapat kecacatan yang diketahui oleh penjual. Maka wajib bagi penjual untuk menerangkan kecacatan barang dan/ atau jasa dan tidak boleh disembunyikan. Menyembunyikan kecacatan barang dan/ atau jasa yang diperjual belikan dengan sengaja maka termasuk perbuatan penipuan dan kecurangan.

ال المسلم اخو المسلم ولا يحل للمسلم ان باع من أخيه بيعا ان عيب لا يبينه فيه.¹²

3) *Najasy* (reklame palsu);

Yang dimaksud dengan *najasy* adalah memuji-muji barang dengan berlebihan agar cepat laku. Atau bersekongkol dengan orang lain untuk menawar barang dengan harga tinggi agar orang lain merasa tidak kamahalan lalu terpengaruh untuk membelinya. Pada intinya *najasy* dilakukan agar konsumen tertarik untuk membelinya. Hal ini jelas merugikan konsumen, maka Nabi melarang praktik *najasy* dalam hadis berikut:

نَهَى النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنِ النَّجْشِ.¹³

¹¹ Imam Abi ‘Abdillah, *Shahih Bukhari*, hlm. 55, hadis nomor 2236, Bab “Bai’Il Mafati wa al-Ashnami”.

¹² Abi Bakar Ahmad bin al-Husain al-Baihaqi, *al-Sunan as-Shagir*, (Beirut: Dar al-Fikr, t.t.), I: 283, hadis nomor 2017, Bab Ma Jaa fi at-Tadlisi wa Kitman al-Ai’b bi al-Mubi”, yang diriwayatkan oleh Imam al-Daruqutni dari Abu Hurairah.

4) Pengurangan timbangan;

Konsumen berhak terlindungi dari berbagai macam praktik pengurangan timbangan, ukuran atau kualitas barang dan/ atau jasa. Hal ini dilarang oleh Islam sebagai suatu bentuk perlindungan terhadap konsumen sebagaimana dalam firman Allah swt.

وَيَلِلِ الْمَطْفَفِينَ. الَّذِينَ إِذَا كَتَلُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ. وَإِذَا كَلَوْهُمْ أَوْ زَنُوا هُمْ يَخْسِرُونَ. الْأَيْطَنُ أَوْ لِئَنَّكَ أَنْهُمْ مَبْعُوثُونَ.¹⁴

5) Sumpah palsu;

Jika pedagang bersumpah dengan tujuan meleriskan barang dagangannya, hal ini sebenarnya menghilangkan keberkahan sebagaimana dalam hadis.

الْحَلْفُ مِنْ قَةُ لِلْمُسْلِمَةِ مَحْقَةُ لِلْبَرَكَةِ.¹⁵

6) Menghadang kafilah di luar pasar;

Hal ini dilarang karena ada beberapa ekses dari tindakan penghadangan barang oleh pihak tengkulak yaitu:

- a) Memberong dan memonopoli barang yang dibawa kafilah yang dapat menimbulkan spekulasi;
- b) Mengurangi keuntungan kafilah;

¹³ Imam Abi 'Abdillah, *Shahih Bukhari*, hlm. 30, hadis nomor 2142, Bab "al-Najasy", diriwayatkan oleh Bukhari dan Ibnu Umar.

¹⁴ Al-Muthaffifin (83): 1-4.

¹⁵ Imam Abi 'Abdillah, *Shahih Bukhari*, hlm. 11, hadis nomor 2087, Bab "Yamhaqullah al-Riba wa Yurbi al-Sadaqah", diriwayatkan oleh Bukhari dari Abu Hurairah.

- c) Menimbun dan memaketkan arus barang sehingga tidak segera tiba di tengah konsumen; dan
- d) Akan adanya permainan harga yang tidak *fair*.

Jelas kesemuanya ini pada akhirnya akan merugikan pihak konsumen.

ونهى النبي صلى الله عليه وسلم عن تأفي البيوع.¹⁶

- 7) Menimbun barang dan memonopoli harga;

Salah satu perkara yang diharamkan dalam perdagangan ialah menimbun barang kebutuhan pokok masyarakat Islam. Jelas tidak dapat mentolelir sistem dan praktik-praktik yang mengacaukan sistem pasar dengan cara menimbun barang, memanipulasi dan mempermainkan harga-harga. Hal ini dilarang sebagaimana dalam hadis.

لا يحتكر الا خاطي.¹⁷

- 8) Berbagai macam jual beli samara dan jual beli yang mengandung garar;

Hal ini jelas dilarang agama Islam karena jual beli yang mengandung kesamaran sebagaimana dipraktikkan orang-orang zaman Jahiliyah.

نهى رسول الله صلى الله عليه وسلم عن بيع الغرر وعن بيع الحصاة.¹⁸

¹⁶ *Ibid.*, hlm. 23, hadis nomor 2164, Bab “al-Nahyi’ah Talaqqa al-Rukhban”, diriwayatkan oleh Bukhari dan Abdullah.

¹⁷ Abi Abdillah Muhammad bi Yazid al-Qaradawi ibnu Majah, *Sunan ibn Majah*, (Semarang: Toha Putra, t.t.) II: hlm. 728, hadis nomor 2154, “Kitab al-Tijarah”, Bab “al-Hukruhwa al-Jalbu”, diriwayatkan oleh Ibnu Majah Ma’mar bin Abdillah Nadah.

Pada hadis ini menjelaskan tentang jual beli yang dilarang karena kesamaran seperti jual beli dengan cara *muqalah*, *mukhabarah*, *tsunaiya*, *mukhadarah*, *mulamasah*, dan *munabazah*.

9) Jual beli dengan lemparan batu; dan

Pada zaman Jahiliyah praktik jual beli dimana pembeli dipersilahkan melempar batu sejauh-jauhnya dan dimana batu itu jatuh, maka disitulah yang menjadi batas tanah yang dijual. Jual beli yang tidak dapat ditentukan seperti cara tersebut termasuk *garar*, bahakan mengandung permainan untung-untungan atau taruhan. Hal ini dilarang oleh Nabi seperti dalam hadis.

ان النبي صلی الله علیه وسلم نهی عن المحاقلة والمزابنه والمخابرة

و عن الشیا الا ان تعلم.¹⁹

10) Pemalsuan barang atau produk.

Islam melarang umatnya dalam berbagai tindakan dan bentuk-bentuk kecurangan, penipuan, pemalsuan, dan berbagai tindakan yang merugikan dalam transaksi jual beli, sebagaimana dalam hadis berikut:

اذ ابأ بعث فقل لاخلاة.²⁰

¹⁸ Abi Bakar al-Husain al-Baihaqi, *Sunan al-Sagir*, I: 486, hadis nomor 2030, Bab “Ma Yunha ‘anhu min al-Buyu’ Allati Fiha Garar wa Gairu Zalik”, diriwayatkan oleh Imam Baihaqi dari Abu Hurairah.

¹⁹ Abi Isa Muhammad bin Isa bin Saurah, *Sunan al-Tirmizi*, (Makkah: Maktabah al-Tijariyah, t.t.), III: hlm. 585, hadis nomor 1290, “Kitaba al-Buyu’ ”, Bab “Ma Jaa fi al-Nahyi ‘an al-Sun ya”, diriwayatkan oleh Tirmizi dari Jubir R.A.

Usaha dan hal-hal yang dilarang dalam Islam di atas adalah perbuatan yang merugikan hak orang lain. Maka dari itulah hukum Islam melarangnya sebagai suatu upaya perlindungan terhadap para pengguna barang dan/ atau jasa (konsumen).

d. Hak konsumen dalam hukum Islam

Manusia siapapun mempunyai hak yang ditentukan oleh syara' sekalipun menjadi konsumen. Konsumen mempunyai otoritas dan taklif yang merupakan kewajiban baik itu berupa kekuasaan yang melekat pada harta dan pada tujuan tertentu. Oleh karena itu dimana ada hak konsumen, maka akan beriringan pula dengan kewajiban konsumen. Adanya kewajiban pasti akan muncul adanya hak. Dalam hukum Islam, kewajiban lebih didahulukan daripada hak, karena munculnya hak setelah adanya kewajiban.

Adapun hak-hak konsumen yang dilindungi hukum Islam, diantaranya adalah:

- 1) Tidak mendapatkan barang dan/ atau jasa yang halal, artinya setiap barang atau jasa yang diperdagangkan harus sesuai dengan syara'.

يَا يَاهَا النَّاسُ كُلُّا مَا فِي الْأَرْضِ حَلَالٌ طَيِّبٌ²¹ ...

²⁰ Al-Imam Abi 'Abdillah, *Matn*, hlm. 16, hadis nomor 2117, Bab "Ma Yukrahu min al-Khida'I fi al-Bai'I", diriwayatkan oleh Bukhari dari Abdullah bin Umar.

²¹ Al-Baqarah (2): 168.

Islam melarang memakan makanan yang diharamkan oleh syara', seperti bangkai, daging babi, daging yang disembelih tidak menyebut asma Allah, dan minuman keras.

حرمت عليكم الميتة والدم ولحم الخنزير وما أهله لغير الله به...²²

- 2) Hak mendapatkan barang dan/ atau jasa yang bebas dari bahaya, artinya konsumen berhak atas keselamatan dan keamanan atas barang yang dikonsumsi baik keselamatan jasmani maupun rohani.

وانفقو في سبيل الله ولا تلقو بآيديكم إلى التهلكة...²³

- 3) Hak mendapatkan barang dan/ atau jasa yang baik atau bebas dari cacat yang tersembunyi, karena barang cacat akan menimbulkan kerugian yang dapat membahayakan jiwa manusia.
- 4) Hak *khiyar*

Salah satu sahnya suatu akad dalam Islam adalah adanya kerelaan antara penjual dan pembeli, maka akad akan menjadi sempurna. Salah satu teori akad dalam Islam yang mempunyai implikasi positif terhadap perlindungan konsumen adalah pensyari'atan hak *khiyar* sebagai instrumen hukum perlindungan konsumen. Pengertian *khiyar* menurut ulama fiqh adalah suatu keadaan yang menyebabkan *uqid* memiliki hak untuk memutuskan akadnya, yakni menjadikan atau

²² Al-Ma'ida (5): 3.

²³ Al-Baqarah (2): 195.

membatalkannya jika *khiyar* syarat, ‘aib atau ru’yah atau hendaklah memilih diantara dua barang jika *khiyar* ta’yin.²⁴

2. Perspektif hukum Positif

a. Pengertian

Perlindungan konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dari hal-hal yang dapat merugikan konsumen itu sendiri.²⁵ Sedangkan pengertian dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen, disebutkan bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.²⁶

Dalam kegiatan jual beli tidak terlepas dari hubungan antara konsumen dan pelaku usaha. Pelaku usaha adalah setiap perseorangan atau badan hukum, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan berbadan 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.²⁷

²⁴ Wahbah az-Zuhaili, *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, (Damaskus: Darul Fikri, 1989), hlm. 250.

²⁵ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, cet. ke-1, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2006), hlm. 9.

²⁶ *Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*, Pasal 1 angka (1).

²⁷ *Ibid.*, Pasal 1 ayat (3).

b. Tujuan dan asas-asas perlindungan konsumen

Dari pengertian tersebut maka perlindungan konsumen pada umumnya bertujuan untuk memberikan jaminan kepastian hukum terhadap pelaku usaha maupun konsumen. Selain itu, untuk meningkatkan kesadaran serta kemampuan konsumen, meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam menuntut haknya sebagai konsumen dan menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha.²⁸

Dari tujuan tersebut, ada beberapa asas dalam perlindungan konsumen sebagai usaha bersama seluruh pihak terkait yang berdasarkan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.²⁹

c. Bentuk-bentuk perlindungan konsumen

Dalam dunia perdagangan ketika ketidakadilan tidak tercipta lagi, berarti kenyamanan dalam masyarakat telah terusik. Pihak konsumen yang dirugikan, berarti sebagian haknya telah direnggut. Untuk pemerintah sebagai pihak yang bertanggungjawab dalam menangani dan melindungi masyarakat berusaha melindungi dan menciptakan kembali perdagangan yang sehat dan kondusif. Untuk itu Undang-undang Perlindungan Konsumen merupakan suatu perlindungan yang dilakukan oleh pemerintah dari segi hukum. Hal ini

²⁸ *Ibid.*, Pasal 3.

²⁹ *Ibid.*, Pasal 2.

dikarenakan hukum konsumen, terutama hukum perlindungan konsumen mendapatkan landasan hukumnya,³⁰ pada Undang-undang Dasar 1945, pembukaan alinea ke-4 yang berbunyi: "... kemudian daripada itu untuk membentuk suatu pemerintah Negara Indonesia yang melindungi segenap bangsaIndonesia".

Menurut AZ. Nasution, kata "melindungi" pada pembukaan UUD'45 alinea ke-4 tersebut, di dalamnya terkandung suatu asas perlindungan (hukum) pada segenap bangsa termasuk di dalamnya konsumen.

Bentuk-bentuk perlindungan terhadap konsumen dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen terbagi dalam beberapa Pasal, diantaranya:

- 1) Asas dan tujuan, terdapat dalam Pasal 2 dan 3;
- 2) Hak dan kewajiban konsumen, terdapat dalam Pasal 4 dan 5;
- 3) Hak dan kewajiban bagi pelaku usaha, terdapat dalam Pasal 6 dan 7;
- 4) Perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha, terdapat dalam Pasal 8 sampai 17;
- 5) Ketentuan pencantuman klausula baku, terdapat dalam Pasal 18; dan
- 6) Tanggungjawab pelaku usaha, terdapat dalam Pasal 19 sampai 28.

Konsumen dalam memakai dan memanfaatkan produk barang dan/ atau jasa jelas mempunyai kepentingan-kepentingan yang berhak dilindungi. Adapun kepentingan konsumen yang hendak diperjuangkan secara keseluruhan dan dari perlindungan terhadap konsumen Indonesia, yaitu:

³⁰ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, (Jakarta: Diadit Media, 2002), hlm. 47.

1) Kepentingan fisik konsumen;

Kepentingan fisik konsumen yang berhubungan dengan keamanan dan keselamatan tubuh dan jiwakonsumen dalam penggunaan barang dan/ atau jasa pelaku usaha. Dalam setiap perolehan barang dan/ atau jasa konsumen, haruslah barang dan/ atau jasa tersebut memenuhi kebutuhan hidup dari konsumen tersebut dan memberikan manfaat baginya (tubuh dan jiwanya). Kepentingan fisik konsumen jelas akan terganggu apabila produk yang dipakai menimbulkan kerugian berupa gangguan kesehatan badan atau ancaman pada keselamatan jiwanya.

2) Kepentingan sosial ekonomi konsumen; dan

Kepentingan sosial ekonomi konsumen menghendaki agar setiap konsumen dapat memperoleh hasil optimal dari penggunaan sumber-sumber ekonomi mereka dalam mendapatkan barang dan/ atau jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka. Untuk itu konsumen bisa mendapatkan informasi yang benar dan bertanggungjawab tentang produk yang akan dikonsumsi.

3) Kepentingan hukum konsumen.

Bagi masyarakat dalam kualitas mereka sebagai konsumen merupakan suatu kepentingan dan kebutuhan yang sah. Suatu hal yang tidak adil jika lau kepentingan konsumen tidak seimbang dan tidak dihargai sebagaimana penghargaan pada kepentingan kalangan pelaku usaha.

d. Hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha

Dengan demikian perlindungan konsumen mengatur hak dan kewajiban produsen karena pada dasarnya perlindungan konsumen mempersoalkan kemungkinan timbulnya kerugian konsumen dalam memperoleh barang dan jasa dari pelaku usaha. Pengaturan tentang hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha bertujuan untuk menciptakan hubungan yang sehat antara konsumen dan pelaku usaha dalam menjalankan proses jual beli.

Hak dan kewajiban konsumen telah diatur dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Pasal 4,

Hak konsumen adalah:

- a. hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang/ atau jasa;
- b. hak untuk memilih barang dan/ atau jasa serta mendapatkan barang dan/ atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/ atau jasa;
- d. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/ atau jasa yang digunakan;
- e. hak untuk mendapatkan advokasi perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. hak untuk mendapatkan kompensasi ganti rugi dan/ atau penggantian, apabila barang dan/ atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Pasal 5,

Kewajiban konsumen adalah:

- 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 dan/ atau jasa;
- c. membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d. mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Undang-undang Perlindungan Konsumen memberikan hak perlindungan konsumen tentang keamanan produk yang dikonsumsi dan hak untuk mendapatkan kompensasi ganti rugi. Hak atas keamanan produk mengandung pengertian bahwa konsumen berhak mendapatkan produk yang nyaman dan memberi keselamatan, maka konsumen harus mendapat perlindungan dari bahaya akibat mengkonsumsi produk.

Hak atas ganti rugi konsumen ini, dimaksudkan untuk mengembalikan keadaan akibat dari penggunaan barang dan/ atau jasa yang tidak memenuhi harapan konsumen sehingga keinginan atau kepuasan konsumen akan barang dan/ atau jasa yang dibeli tidak tercapai.

Oleh karena itulah, pelaku usaha juga mempunyai hak dan kewajiban terhadap konsumen. Sebagaimana juga telah diatur dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Pasal 6,

Hak pelaku usaha adalah:

- a. hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/ atau jasa yang diperdagangkan;
- b. hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c. hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;

- d. hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/ atau jasa yang diperdagangkan;
- e. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Pasal 7,

Kewajiban pelaku usaha adalah:

- a. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. memberi nformasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/ atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. menjamin mutu barang dan/ atau jasa yang diproduksi dan/ atau diiperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/ atau jasa yang berlaku;
- e. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/ atau mencoba barang dan/ atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/ atau garansi atas barang yang dibuat dan/ atau yang diperdagangkan.

Dalam kewajiban pelaku usaha di atas, disebutkan bahwa pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi atas kerugian yang diderita oleh konsumen akibat mengkonsumsi produk yang dihasilkan. Dapat dilihat bahwa hak dari konsumen dapat terpenuhi apabila kewajiban dari pelaku usaha terpenuhi. Ini merupakan timbal balik dari hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha sehingga kedudukannya seimbang, tidak ada yang saling dirugikan atau pada posisi yang kuat dan lemah. Masing-masing mempunyai hak dan kewajiban yang harus dipenuhi sehingga hukum dapat berdiri. Hukum itu diperlukan dukungan atau peran serta dari masing-masing pihak, baik itu masyarakat sebagai konsumen, pelaku usaha ataupun pemerintah.

Untuk mengetahui hak dan kewajiban hukum para pihak sekaligus untuk menentukan pertanggungjawaban dapat dibedakan menjadi 2 (dua) golongan, yaitu:

- 1) Cara memperoleh produk untuk dikonsumsi yaitu konsumen tersebut terikat hubungan kontrak dengan produsen yaitu jual beli atau sewa-menyeja; dan
- 2) Konsumen yang tidak membeli tetapi memperolehnya dengan cara lain yang berarti konsumen tidak terikat hubungan kontrak.

Konsumen yang mempunyai hubungan kontrak dengan produsen dapat dilindungi kepentingannya berdasarkan isi kontrak, tetapi tidak demikian halnya dengan konsumen yang tidak terikat secara kontrak dengan produsen.

B. Undian Berhadiah

1. Perspektif hukum Islam

a. Pengertian undian berhadiah

Secara bahasa, undian berarti *as-sahm* (bagian) atau *an-nasib* (andil, nasib).³¹

Adapun definisi *qur'ah* (undian) adalah:

ما تأفيه لتعيين النصيب³².

³¹ Ibrahim Anis, et. al., *al-Mu'jam al-Wasith*, (Kairo: darul Ma'arif, 1972), hlm. 728; dan Ahmad Warson Munawwir, *Kamus al-Munawwir*, cet. ke-1 (Yogyakarta: PP. Al-Munawwir Krapyak, 1984), hlm. 1194 & 1522.

Undian berasal dari kata undi yaitu sesuatu yang dipakai untuk menentukan atau memilih, (seperti untuk menentukan siapa yang berhak atas sesuatu, siapa yang bermain dahulu). Undian sama dengan lotere yaitu hal mengundi, sesuatu yang diundi, sedangkan undian berhadiah adalah undian yang ada hadiahnya, undian yang memberikan hadiah bagi pemenangnya.

Maksud lotere menurut Ibrahim Husen adalah salah satu cara untuk menghimpun dana yang dipergunakan untuk proyek kemanusiaan dan kegiatan sosial.³³

Dengan demikian, lotere atau undian pada hakikatnya mempunyai pengertian yang sama. Tetapi pengertian yang berkembang dalam masyarakat amat berbeda, lotere dipandang sebagai judi, tetapi undian tidak. Karena terdapat perbedaan pendapat mengenai ketentuan hukum lotere (undian) itu apakah termasuk judi atau tidak.

Dalam pengertian Yusuf al-Qaradawi, termasuk kategori undian berhadiah adalah para peserta membeli kupon seharga 10 \$ (dollar) atau 1000 dirham. Kadang-kadang seseorang membeli lebih dari satu kupon, semakin banyak ia membeli maka kesempatan akan semakin banyak peluang untuk memperoleh hadiahnya, seperti Mercedes Benz, 1 kg emas, atau barang-

³² Ahmad Warson, *Kamus al-Munawwir*, cet. ke-1 (Yogyakarta: PP. Al-Munawwir Krapyak, 1984), hlm. 1194.

³³ Ibrahim Husen, *Ma Hawa al-Maisir*, (Jakarta: IIQ, 1987), hlm. 44.

barang berharga lainnya yang membuat orang tertarik. Pada waktu-waktu tertentu, pemenang ditentukan dengan cara pengundian.³⁴

Ahmad Surkati sebagaimana dikutip Ali Hasan dalam bukunya *Masail Fiqhiyah*, berpendapat bahwa lotere bukan merupakan judi karena bertujuan untuk menghimpun dana yang akan disumbangkan untuk kegiatan-kegiatan sosial dan kemanusiaan, walaupun unsur negatifnya ada tetapi sangat kecil bila dibandingkan manfaatnya.³⁵

Fuad Muh. Fachruddin dalam buku yang sama sependapat dengan Ahmad Surkati, bahwa lotere tidak termasuk ke dalam katagori judi yang diharamkan, lebih lanjut Fachruddin mengatakan: “Pembeli lotere apabila maksud dan tujuannya hanya menolong dan mengharapkan hadiah, maka tidaklah terdapat dalam perbuatan itu suatu perjudian, apabila tujuannya itu tertentu semata-mata mendapatkan hadiah, itupun tidak tergolong suatu perjudian, sebab sebagaimana kaidah perjudian yang disebutkan oleh Imam asy-Syafi’i ialah kedua belah pihak yang berhadapan masing-masing menghadapi kemenangan atau kekalahan.

Adapun perbedaan yang mendasar antara pengertian lotere secara umum dengan undian yang berkembang akhir ini, yaitu bahwa lotere di dalamnya terdapat unsur judi yang diharamkan, yaitu menang kalah atau untung rugi. Sedangkan di dalam undian berhadiah yang berkembang

³⁴ Yusuf al-Qaradžawi, *Fatwa-fatwa Kontemporer jilid 3*, Penerjemah: Abdul Hayyie al-Kattani, Masturi Irham, Ahmad Ikhwani, Atik Fikri Ilyas, cet. ke-1, (Jakarta: Gema Insani, 2002), hlm. 499.

³⁵ Ali Hasan, *Masail Fiqhiyah: Zakat, Pajak, Asuransi, dan Lembaga Keuangan*, edisi 1, 2 (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1997), hlm. 103.

sekarang, tidak terdapat unsur rugi yang diharamkan sebagaimana dalam judi, dalam undian berhadiah tidak ada pihak yang dirugikan sehingga tidak ada pihak yang satu memakan harta pihak yang lain secara tidak sah.

Dengan demikian ada perbedaan antara pengertian lotere secara umum dengan undian berhadiah yang ada dan berkembang di Indonesia sekarang ini.

Jadi, undian adalah tiap-tiap kesempatan yang diadakan oleh sesuatu badan untuk mereka yang setelah memenuhi syarat-syarat tertentu dapat ikut serta memperoleh hadiah berupa uang atau benda, yang akan diberikan kepada peserta-peserta yang ditunjuk sebagai pemenang dengan jalan diundi.

b. Bentuk-bentuk undian berhadiah

1) Bentuk yang diperbolehkan syari'at

Menurut Yusuf al-Qaradžawi bentuk undian berhadiah yang diperbolehkan dan diterima oleh syara' adalah hadiah-hadiah yang disediakan untuk memotivasi dan mengajak kepada peningkatan ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan amal saleh. Misalnya, hadiah yang disediakan bagi pemenang dalam menghafal al-Qur'an atau hadiah yang disiapkan bagi yang berprestasi dalam studi.³⁶

³⁶ Yusuf al-Qaradžawi, *Fatwa-fatwa Kontemporer Jilid 3*, Penerjemah: Abdul Hayyie al-Kattani, Masturi Irham, Ahmad Ikhwani, Atik Fikri Ilyas, cet. ke-1, (Jakarta: Gema Insani, 2002), hlm. 499.

Menurut Rasyid Rida, sebagaimana dikutip oleh Masjfuk Zuhdi dalam bukunya *Masail Fiqhiyah*,³⁷ bahwa semua perjudian adalah haram termasuk undian. Hanya saja ada undian yang diselenggarakan oleh pemerintah atau undian yang diselenggarakan oleh pemerintah atau lembaga sosial non-pemerintah yang semata-mata untuk menghimpun dana guna kepentingan umum atau Negara. Misalnya, untuk mendirikan rumah sakit, sekolah, meringankan beban fakir miskin, dan sebagainya. Bisa tidak termasuk perjudian, jika tidak jelas adanya orang memakan harta orang Islam dengan cara batil, karena manfaatnya lebih besar daripada mudharatnya.

2) Bentuk yang diharamkan tanpa adanya perselisihan

Bentuk yang tidak diragukan keharamannya ada, jika orang yang membeli kupon dengan harga tertentu, banyak atau sedikit, tanpa ada gantinya, melainkan hanya untuk ikut serta dalam memperoleh hadiah yang disediakan berupa mobil, emas atau lainnya, karena termasuk perbuatan judi yang dirangkaikan dengan minuman keras. Sebagaimana firman Allah swt.:

يَسْأَلُونَكُمْ عَنِ الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ ۗ قُلْ فِيهِمَا أَثْمٌ كَبِيرٌ وَمَنَافِعٌ لِلنَّاسِ ۗ وَأَثْمُهُمَا أَكْبَرُ مِنْ نَفْعِهِمَا ۗ وَيَسْأَلُونَكُمْ مَاذَا يَنْفَقُونَ ۗ قُلِ الْعَفْوُ ۗ كَذَلِكَ يَبْيَنُ اللَّهُ لَكُمُ الْآيَتِ لَعَلَّكُمْ تَفَكَّرُونَ³⁸.

³⁷ Masjfuk Zuhdi, *Masail Fiqhiyah: Kapita Selekta Hukum Islam*, (Jakarta: Haji Masagung, 1993), hlm. 146.

³⁸ Al-Baqarah (2): 219.

Islam mengharamkan perjudian karena perjudian akan membiasakan manusia dalam mencari keuntungan tanpa mau melakukan usaha dan hanya menggantungkan nasib. Untuk menjadi seorang yang kaya, mereka tidak mau berusaha dan tidak melalui jalan yang sudah menjadi sunnatullah yang diketahui oleh manusia.³⁹

3) Bentuk yang masih diperselisihkan

Bentuk undian yang masih diperselisihkan adalah berupa kupon yang diberikan kepada seorang sebagai ganti dari pembelian barang di sebuah toko atau membeli tiket masuk pertandingan bola yang disertai dengan pemberian kupon.

Dalam menghukumi undian berhadiah semacam ini, ada beberapa pendapat:

Menurut Yusuf al-Qaradawi, yang mula condong membolehkan bentuk semacam ini, kemudian cenderung mengharamkan karena mendukung pendapat Syekh Ibnu Baz dengan beberapa sebab:

- Transaksi semacam ini meskipun bukan jelas-jelas perjudian, tetapi di dalamnya ada motif perjudian, karena bergantung pada nasib, bukan pada usaha yang merupakan sunnatullah.

Dalam transaksi ini seseorang hanya mnunggu dan berharap hadiah bisa dimilikinya, dan berharap kehidupannya bias berubah

³⁹ Yusuf al-Qaradawi, *Fatwa-fatwa Kontemporer Jilid 3*, Penerjemah: Abdul Hayyie al-Kattani, Masturi Irham, Ahmad Ikhwani, Atik Fikri Ilyas, cet. ke-1, (Jakarta: Gema Insani, 2002), hlm. 500.

menjadi kaya tanpa ada usaha yang dilakukan. Jiwa seperti ini yaitu jiwa bergantung pada nasib adalah tidak sesuai dengan syari'at Islam karena Islam mengajarkan mencintai dan mengajak kepada usaha dan kerja keras, untuk mencapai hasil yang mulia.

b) Perilaku seperti ini akan menimbulkan watak egoisme dalam diri manusia, yang lebih mementingkan dirinya daripada orang lain. Maka dari itulah, sistem ini mengajak pada persaingan dan tidak memperdulikan larangan perampasan hak milik orang lain.

Ditinjau dari segi manfaat dan mudharatnya, undian dibagi atas 2 (dua) bagian, yaitu:

- 1) Undian yang mengandung unsur mudharat:
 - a) Undian yang menimbulkan kerusakan finansial pihak-pihak yang diundi. Dari jenis ini ada pihak-pihak yang diuntungkan dan dirugikan.
 - b) Undian yang hanya menimbulkan kerusakan bagi dirinya sendiri yaitu berupa kerusakan mental. Manusia menggantungkan nasib, rencana dan aktivitasnya kepada paranormal, sehingga akalnya kurang berfungsi.
- 2) Undian yang tidak menimbulkan mudharat dan tidak mengakibatkan kerugian baik pihak yang diundi maupun pihak pengundi sendiri.

Hanya disatu pihak yang mendapat keuntungan, sedangkan pihak lain tidak mendapatkan kerugian.⁴⁰

c. Istinbath hukum

Undian berhadiah sifatnya memang untung-untungan. Akan tetapi yang menjadikan undian menjadi haram adalah jika terdapat unsur judi yaitu ada harta yang dipertaruhkan. Dalam kasus undian berhadiah, Syaikh Ibnu Utsaimin telah menjelaskan dalam beberapa fatwanya mengenai hal ini. Menurutnya, undian berhadiah sangat mungkin mengandung judi tetapi bisa pula tidak. Semua taruhan yang sifatnya untung-untungan dilarang keras oleh agama. Secara rinci dijelaskan dua kemungkinan tersebut:⁴¹

- 1) Harga produk menjadi naik dengan adanya undian.

Misalnya, sebuah perusahaan menyelenggarakan undian pada produk A, tetapi dengan adanya undian tersebut, harga produk A bertambah, atau mungkin harga tetap tetapi kuantitas-kualitasnya dikurangi hingga tidak sesuai harganya. Hal ini, menurut Syaikh Ibnu Utsaimin adalah haram dan termasuk perjudian. Sebab, ada harta yang dipertaruhkan dan hadiah yang diperoleh kemungkinan besar berasal dari keuntungan harga barang yang telah ditambah.

- 2) Harga barang tidak naik.

⁴⁰ Abdul Aziz Dahlan, *Ensiklopedia Hukum Islam*, (Jakarta: PT. Ichtiar Baru Van Hoeve, 1997), hlm. 1869.

⁴¹ *Kupon undian berhadiah termasuk judi?* <http://www.ar-risalah.or.id.htm>, akses 19 Januari 2008.

Kebanyakan undian berhadiah memang tidak disertai kenaikan harga produk. Undian tersebut hanyalah usaha persuasif dari produsen untuk meningkatkan daya beli konsumen. Menurut Syaikh Ibnu Utsaimin mengikuti undian semacam ini adalah boleh. Sebab, saat membeli produk yang terdapat undian tersebut, jumlah uang yang dikeluarkan memang sebanding dengan nilai barang yang dibeli. Menang atau tidak, pembeli tidak dirugikan. Akan tetapi jika tujuan membeli produk tersebut hanya agar bisa mendapat kupon dan menambah kesempatan dalam memperoleh hadiah, hal ini tidak dibolehkan.

Contohnya, seseorang membeli permen A sekian banyak hanya agar bisa memperoleh kupon hadiah. Sedang sebenarnya ia sendiri tidak butuh dengan permen tersebut. Maka menurut Syaikh Ibnu Utsaimin hal ini tidak dibenarkan karena termasuk perbuatan boros dan membuang harta sia-sia. Sedang Nabi saw. melarang umatnya menyia-nyiakan hartanya, apalagi jika untuk mengikutinya, peserta undian harus mengeluarkan biaya tambahan berupa pengiriman pos.

Kebanyakan undian berhadiah memang tidak disertai kenaikan harga produk. Undian tersebut hanyalah usaha persuasif dari produsen untuk meningkatkan daya beli konsumen. Dan menurut beliau mengikuti undian semacam ini adalah boleh. Sebab, saat membeli produk yang terdapat undian tersebut, jumlah uang yang dikeluarkan

memang sebanding dengan nilai barang yang dibeli. Menang atau tidak, pembeli tidak dirugikan.

Pada dasarnya, menurut syara' undian hukumnya adalah mubah (boleh), untuk menentukan satu orang yang akan mendapatkan hak dari sejumlah orang yang juga sama-sama berhak, tetapi tidak mungkin semuanya mendapatkan hak tersebut.

Hadis riwayat Imam Muslim dari Abu Hurairah r.a.:

نَهَى رَسُولُ اللَّهِ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ بَيعِ الْحَصَّةِ وَعَنْ بَيعِ الْغَرْرِ.⁴²

Pendapat para fuqaha:

Undian ini mubah karena pernah dilakukan oleh Rasulullah. Imam al-Qurtubi mengutip ucapan Ibn al-'Arabi, bahwa undian (*qur'ah*) terjadi dalam tiga peristiwa pada masa Nabi saw., yaitu:

- 1) Sebagaimana Nabi saw. mengundi istri-istrinya:

وَعَنْهَا رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا قَالَتْ : (كَانَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِذَا أَرَادَ سَفَرًا أَقْرَعَ بَيْنَ نِسَائِهِ فَأَيْتَهُنَّ خَرْجَ سَهْمَهَا خَرْجَ بَهَامِعِهِ) مُتَقَوِّلٌ عَلَيْهِ.⁴³

- 2) Bahwa pernah ada seorang laki-laki yang sakit menjelang matinya, lalu membebaskan enam orang budak yang dimilikinya, padahal dia tak punya harta lain kecuali enam orang budak itu. Maka Rasulullah melakukan undian untuk menentukan siapa yang boleh dibebaskan, yaitu sepertiganya (dua orang). Maka Rasulullah membebaskan dua

⁴² Shahih Muslim, *Kitab al-Buyu'*, CD Mausu'ah Kutub at-Tis'ah, hlm. 2783.

⁴³ Al-Hafiz Ibn Majr al-Asqalani, *Bulug al-Maram*, (Beirut: Dar al-Islami, t.t.), hlm. 230.

orang budak (yang namanya keluar dalam undian) sedang empat budak lainnya tetap menjadi budak laki-laki tersebut.

- 3) Bahwa ada dua orang laki-laki yang mengadukan perkaranya lepada Nabi saw., yaitu masalah warisan berupa harta yang sudah tak bisa lagi dibedakan dengan jelas siapa yang berhak. Maka Nabi saw. memerintahkan keduanya untuk melakukan undian, dan yang namanya keluar berarti dia adalah yang berhak atas barang warisan itu.

Selanjutnya, Imam al-Qurtubi mengatakan, meskipun undian yang dilakukan Rasulullah hanya dalam tiga perkara tersebut, tetapi undian dapat juga dilakukan pada setiap problem (*musykilah*) yang di dalamnya harus diputuskan hukum bagi satu pihak saja, sementara yang berhak lebih dari satu pihak.

Kesimpulannya, hukum mengikuti undian adalah boleh dengan syarat harga produk yang dibeli tidak naik lantaran ada undian dan tujuan membeli barang tersebut memang karena kebutuhan. Artinya tidak ada undian pun, barang tersebut tetap masuk dalam daftar barang yang akan dibeli.

Undian yang boleh dan yang haram:

Untuk menentukan undian mana yang boleh atau (halal) dan yang haram, haruslah dilihat fakta undian secara teliti. Kaidahnya sebagai berikut:

Undian yang halal, adalah undian yang memang murni untuk menentukan satu orang yang akan memperoleh hak dari sejumlah orang yang

juga berhak. Di dalamnya tidak ada unsur taruhan materi, juga tak ada pihak yang menang dan yang kalah, dimana yang menang mengambil materi dari yang kalah.

Sedangkan undian yang haram, adalah yang menjadi bagian dari aktivitas judi, yaitu berupa permainan untuk menentukan pihak yang kalah. Di dalamnya ada unsur taruhan dan ada pihak yang menang yang mengambil materi dari yang kalah.

2. Perspektif Hukum Positif

a. Pengertian undian berhadiah

Dalam Ensiklopedia Indonesia disebutkan, bahwa lotere (*loterij, lotje, lootje*), yang dalam bahasa Belandanya adalah *Een lot trekken* (undian: menarik undian, *lotten-looten*: mengundi uang, *loterij*: undian uang).⁴⁴ Undian berhadiah barang atau uang atas dasar syarat-syarat tertentu yang ditetapkan sebelumnya menang atau kalah sangat bergantung kepada nasib. Penyelenggaranya bisa oleh perorangan, lembaga atau badan, baik resmi ataupun swasta menurut Peraturan Pemerintah. Undian berhadiah itu biasanya diadakan bertujuan untuk mengumpulkan dana ataupun propaganda peningkatan pemasukan barang dagangan.⁴⁵

⁴⁴ J. S. Badudu dan Sultan Muhammad Zain, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, cet.1, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1994), hlm. 1589, W. J. S. Poerwadaminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, cet. ke-5, (Jakarta: PN. Balai Pustaka, 1976), hlm. 1127-1128, Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Bahasa Indonesia*, cet. 2 (Jakarta: Balai Pustaka, 1989), hlm. 990.

⁴⁵ S. Wotjo Warsito, *Kamus Umum Bahasa Belanda-Indonesia*, (Jakarta: PT. Ichtiar Baru Van Hoeve, 1990), hlm. 381.

Yang diartikan dengan kata undian dalam undang-undang ini ialah tiap-tiap kesempatan yang diadakan oleh sesuatu badan untuk mereka yang setelah memenuhi syarat-syarat tertentu dapat ikut serta memperoleh hadiah berupa uang atau benda, yang akan diberikan kepada peserta-peserta yang ditunjuk sebagai pemegang dengan jalan undi atau dengan lain cara menentukan untung yang tidak terbanyak dapat dipengaruhi oleh peserta sendiri.⁴⁶

b. Bentuk-bentuk undian berhadiah

Menurut Dzulqornain bin Muhammad Sanusi,⁴⁷ undian dapat dibagi menjadi 3 (tiga) bagian :

1. Undian tanpa syarat;

Bentuk dan contohnya: Undian yang dilakukan dengan memberikan/ membagikan kupon undian secara gratis kepada pengunjung tanpa harus membeli suatu produk. Ini dilakukan sebagai langkah awal dalam mempromosikan suatu produk. Misalnya saja undian dilakukan di pusat-pusat perbelanjaan (Mall), pasar, pameran, dan lain sebagainya.

Dalam penarikan undian, disaksikan langsung oleh seluruh pengunjung. Pengunjung yang beruntung mendapatkan hadiah, tidak perlu membayar pajak hadiah tersebut karena sudah ditanggung oleh pihak yang membuat acara tersebut.

⁴⁶ Undang-undang Nomor 22 Tahun 1954 tentang Undian, Pasal 1 ayat (2).

⁴⁷ Dzulqornain bin Muhammad Sunusi, *Hukum Undian Berhadiah (SMS, Kupon Undian, dll.)*, <http://pengusahamuslim.com/>, akses 15 September 2008.

2. Undian dengan syarat membeli barang;

Bentuk dan contohnya: undian yang hanya bisa diikuti oleh pengunjung yang membeli produk tersebut. Contohnya saja pada sebagian supermarket diletakkan berbagai hadiah seperti sepeda motor, barang-barang elektronik, dan lain sebagainya. Bagi pengunjung yang membeli produk tersebut mencapai jumlah tertentu atau bahkan membeli produk tertentu, maka akan memperoleh kupon undian.

Dalam penarikan undian, tidak dilakukan secara langsung melainkan ada tenggang waktunya. Sehingga kupon undian menumpuk dan semakin banyak. Penarikan undian pun dilakukan dihadapan notaris atau pejabat yang berwenang. Bagi yang beruntung mendapatkan undian tersebut, pajak hadiah ditanggung oleh pemenang.

3. Undian dengan mengeluarkan biaya.

Bentuk dan contohnya: Undian yang dilakukan dengan mengeluarkan biaya untuk memperoleh hadiah tersebut. Contohnya seorang sales yang sedang menawarkan produknya kepada orang (*user*) dengan cara memberi pertanyaan kepada orang (*user*) tersebut. Entah jawaban tersebut benar atau salah, pihak sales tetap memberikan hadiah tersebut dengan syarat orang (*user*) tersebut harus membayar pajak dari hadiah tersebut.

Padahal hadiah tersebut merupakan produk yang akan dipasarkan. Ini merupakan salah satu strategi dalam berbisnis dalam mempromosikan sekaligus memasarkan suatu produk.

Contoh lainnya mengirimkan kupon undian ke tempat pengundian dengan menggunakan perangko. Tentunya mengirim dengan perangko mengeluarkan biaya sesuai dengan harga perangkonya.

Adapun undian berhadiah yang akhir ini berkembang di masyarakat, khususnya di Indonesia adalah yang diadakan oleh produsen dagang sebagai program promosi terhadap produk yang dipasarkan. Begitu juga undian yang diadakan oleh Bank Konvensional sebagai alat untuk menarik nasabah, karena semakin kompetitifnya persaingan dunia perbankan di Indonesia.

c. Istinbath hukum

Pemerintah juga mempunyai aturan yang mengatur undian berhadiah ini. Aturan tersebut terdapat dalam Undang-undang Nomor 22 Tahun 1954 tentang Undian. Yang diartikan dengan kata undian dalam Undang-undang ini ialah tiap-tiap kesempatan yang diadakan oleh sesuatu badan untuk mereka yang setelah memenuhi syarat-syarat tertentu dapat ikut serta memperoleh hadiah berupa uang atau benda, yang akan diberikan kepada peserta-peserta yang ditunjuk sebagai pemegang dengan jalan undi atau

dengan lain cara menentukan untung yang tidak terbanyak dapat dipengaruhi oleh peserta sendiri.⁴⁸

Undian berhadiah memang dipandang oleh pelaku usaha sebagai sarana promosi dan penawaran yang efektif dalam menarik calon konsumen untuk membeli/ mengkonsumsinya produknya. Keuntungan yang ditawarkan adalah konsumen memperoleh nilai tukar produk barang dan/ atau jasa melebihi nilai tukar yang dibayarkannya.

Misalnya dengan membeli satu produk elektronik seharga Rp 100 ribu, berpeluang mendapat produk tambahan lain atau sejumlah uang jika memenangkan undian. Kepada setiap pemenangnya akan dikenakan syarat lain berupa sejumlah tanggungan pajak, antara 5% sampai dengan 25%, yang harus dibayar secara tunai atau dengan diambil dari nilai hadiah. Kewajiban pemenang untuk membayar pajak inilah yang sering dijadikan modus penipuan dengan memanfaatkan ketidaktahuan atau kelengahan konsumen/ pemenang undian.

Pada Pasal 13 ayat (1) UUPK melarang pelaku usaha menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu barang dan/ jasa dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain secara cuma-cuma dengan maksud tidak memberikannya atau memberikan tidak sebagaimana yang dijanjikannya.

Larangan lainnya, pihak penyelenggara yang tidak melakukan penarikan hadiah setelah batas waktu yang dijanjikan, tidak mengumumkan

⁴⁸ Undang-undang Nomor 22 Tahun 1954 tentang Undian, Pasal 1 ayat (2).

hasilnya melalui media massa, memberikan hadiah yang tidak sesuai dengan yang dijanjikan dan mengganti hadiah yang tidak setara dengan nilai hadiah yang dijanjikan.

Selengkapnya hal tersebut tegas dinyatakan pada Pasal 14 UUPK, yang menyebutkan bahwa pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dengan memberikan hadiah melalui cara undian, dilarang untuk:

- 1) Tidak melakukan penarikan hadiah setelah batas waktu yang dijanjikan;
- 2) Mengumumkan hasilnya tidak melalui media massa;
- 3) Memberikan hadiah tidak sesuai dengan yang dijanjikan; dan
- 4) Mengganti hadiah yang tidak setara dengan nilai hadiah yang dijanjikan.

Pelanggaran terhadap ketentuan ini tergolong pelanggaran berat, karena kepada pelakunya diancam dengan sanksi pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

Pemberian sanksi pidana ini dapat ditambah lagi dengan hukuman berupa perampasan barang tertentu; pengumuman keputusan hakim; pembayaran ganti rugi; perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen; kewajiban penarikan barang dari peredaran; atau pencabutan izin usaha.

Dengan demikian proses penyelenggaraan undian berhadiah harus dilakukan dengan transparan dan melibatkan konsumen lain untuk mengawasinya.

Hal ini dimaksudkan agar pihak pelaku usaha sangat berhati-hati dalam menyelenggarakan undian berhadiah, dan penyelenggaraan undian tersebut, baik pemberitahuan penyelenggaranya maupun hasil atau pemenangnya, dapat diketahui oleh masyarakat luas, serta mengantisipasi agar tidak dimanfaatkan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab dan mengambil keuntungan dalam program undian tersebut.

Selain itu, sikap proaktif, kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya sangat diperlukan dalam mencegah meluasnya praktik penipuan semacam itu.

BAB III
BISNIS UNDIAN SMS BERHADIAH
DALAM PERSPEKTIF FATWA MUI DAN UNDANG-UNDANG
NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

A. Tinjauan Umum

1. Pengertian

Yang dimaksud dengan undian SMS (Short Message Service) berhadiah adalah suatu model pengiriman SMS mengenai berbagai masalah tertentu, yang disertai dengan janji pemberian hadiah, baik melalui undian maupun melalui akumulasi jumlah (frekuensi) pengiriman SMS yang paling tinggi, sementara biaya pengiriman SMS di luar ketentuan normal, dan sumber hadiah tersebut berasal dari akumulasi hasil perolehan SMS dari peserta atau sebagiannya berasal dari sponsor.¹

2. Bentuk-bentuk undian SMS berhadiah

Dalam realitanya undian SMS berhadiah dapat kita jumpai dalam bentuk bisnis kegiatan kontes, kuis, olahraga, permainan, kompetisi dan berbagai bentuk kegiatan lain dengan menjanjikan hadiah yang diundi di antara peserta pengirim SMS sehingga konsumen didorong mengirim SMS sebanyak-banyaknya ke operator telepon tertentu dengan menjanjikan berbagai macam hadiah berupa uang, barang, natura, paket wisata, dan lain-lain.

¹Keputusan Komisi B Ijtimai MUI tentang *SMS Berhadiah*, <http://www.halalguide.info/htm>, akses 01 Oktober 2008.

Secara praktis, kegiatan yang memanfaatkan SMS setidaknya dapat dibagi menjadi 8 (delapan) jenis:²

- a. Pengiriman SMS antar pengguna atau dari operator / CP ke pelanggannya yang murni berisi informasi atau pemberitahuan.

Contoh:

- 1) Ikuti kuis SMS Telkomsel bagi-bagi Angpao dan dapatkan hadiah total puluhan juta rupiah.

Caranya, ketik: REG <spasi> Angpao, kirim ke 9937
(Rp. 1.000,-/sms + PPN).

Pengirim: Telkomsel.

Pusat Pesan: +62811078853.

- 2) Ikuti kuis Bola Telkomsel berhadiah mobil, motor, ponsel, dan puluhan voucher pulsa.

Caranya mudah, ketik: REG <spasi> BOLA, kirim ke 8840.
Pengirim: Telkomsel.

Pusat Pesan: +62811078853.

- 3) Dapatkan uang tunai Rp. 5.000.000,- (Lima juta rupiah) pada kejutan Kemerdekaan Telkomsel Point. Tersedia untuk 100 pemenang.

Ketik: TUNAI, kirim ke 777.

Batas waktu penukaran 15 Agustus 2008.

² Taba Abdul Salam, *SMS dan Kebijakan Regulasi*, Alumnus Fakultas Hukum Universitas "45" Makassar dan School of Economics the University of Newcastle, Australia, Published in the Newspaper of Investor Daily Jakarta, Indonesian on 15 July 2006.

- b. Pengiriman SMS yang berisi ajakan mengikuti perjudian di sebuah situs secara on line, sebagaimana dilakukan Excelcomindo beberapa waktu lalu. Mekanismenya, ajakan berjudi dikirim via SMS bulk yang memungkinkan pengiriman SMS ke berbagai nomor.
- c. SMS bersifat penipuan yang lazimnya dilakukan oknum yang tidak bertanggungjawab dan sengaja mau menipu. Caranya, dengan mengirim pesan-pesan yang berisi informasi bahwa si pemilik nomor yang dituju mendapat hadiah atau keluarganya mengalami kecelakaan, misalnya yang bersangkutan harus segera mengirim sejumlah uang kompensasi ke nomor rekening tertentu.

Contoh:

SMS Tipu Hadiah Pulsa:

1) +6281354735267

Simcard!! Anda mendapat bonus pulsa otomatis 200.000 dari TELKOMSELpoint.

Untuk mengecek HUB: *858*081354735267*20# lalu tekan <ok/dial>.

Pengirim: +777.

2) Anda mendapatkan penambahan pulsa 200.000 dari Simpati Extra.

Cara untuk aktifkan:

Tekan *858*081342132082*20#, lalu tekan OK/yes.

Pengirim: +858.

- d. Kuis berhadiah yang berbentuk kompetisi dan umumnya menggunakan acara olahraga sebagai media untuk menarik animo pendengar atau pemirsa

bertransaksi (mengirim SMS). Jumlah peminat acara ini dipastikan meningkat di tengah maraknya penayangan bola, karena diramaikan juga dengan SMS berhadiah.

Contoh:

Kuis Bola: GOLEGAR EURO 2008

Ketik, LOKER, sms ke 9388. (tarif: Rp. 2.000,-/sms)

Loker Emas: Mobil dan Motor.

Jawab Pertanyaan (Ada pilihannya!).

CS (customer service): (021) 5290 2828.

- e. Kegiatan yang bersifat kontes dan SMS lazimnya digunakan sebagai sarana pemilihan calon melalui polling. Seperti pemilihan Indonesian Idol, pemilihan Akademi Fantasi Indosiar (AFI), pemilihan Kontes Dangdut Indonesia (KDI), pemilihan Akademi Pelawak TPI (API), pemilihan Kontes Da', pemilihan Da'i Cilik (PilDaCil), dan lain-lain.

Contoh:

Pemilihan Indonesian Idol

Untuk daftar, ketik: REG <spasi> Idol, kirim ke 9388.

Untuk memilih kontestan, ketik: REG <spasi> Pilihan 1/ 2,... dst, kirim ke: 9388.

Jika tidak ingin tereliminasi, dukung pilihan anda dengan cara kirim sebanyak-banyak sms dan anda semakin berpeluang mendapatkan hadiah utama berupa mobil ... dan uang tunai senilai ratusan juta rupiah.

- f. Kegiatan yang berbentuk jejak pendapat dan undian yang memanfaatkan SMS sebagai media pengiriman pendapat atau jawaban terhadap suatu pertanyaan yang mudah sekali dijawab.

Contoh:

SMS OPINI

Tulis komentar Anda tentang Telkomsel.

Caranya, ketik: OPINI <spasi> OPNI ANDA, kirim ke 3938.

Bagi 5 (lima) opini terbaik, masing-masing akan mendapatkan paket souvenir cantik dari Telkomsel.

- g. Kegiatan yang mekanismenya dirancang bernuansa permainan, tetapi pada hakikatnya bersifat perjudian.
- h. Kegiatan yang berbentuk promosi suatu barang/ produk yang di dalamnya disertakan sebuah kupon/ undian, dengan memanfaatkan SMS sebagai media pengiriman undian.

Contoh:

- 1) Wafer Tango,

Ketik SMS dan kirimkan ke 9388 dengan format: TANGO <spasi> KODE UNIK <spasi> NAMA <spasi> TANGGAL LAHIR
(tarif: Rp. 1.000,-/sms).

Beli Tango sebanyak-banyaknya!

- 2) Mie Kremezz,

Gosok-gosok berhadiah sepeda motor, HP Nokia 6600, TV berwarna, dan DVD Player.

Gosokan kupon, jika muncul hadiah tukarkan kupon ini dengan hadiah ke tempat kamu membeli Mie Kremezz atau melalui sms,
 KREMEZZ <spasi> NomorHadiah <spasi> Alamat, kirim ke 9600.
 Tarif: Rp. 2.000,-/sms.
 CS (Customer Service): (021) 68368308.
 Hadiah akan dikirim ke alamat pemenang. Penukaran kupon gosok sebelum 30 juni 2008.

B. Perspektif Fatwa MUI

1. Definisi fatwa (*ifta*)

Fatwa secara bahasa memiliki banyak pengertian; menjelaskan hukum yang *musykil*, dan orang yang menjelaskan hukum disebut *ahlu at-tafat* (mufti);³ menguasai, pemurah dan mulia dengan analisa seorang mufti harus bermurah hati dan menguasai materi yang difatwakan;⁴ bentukan dari kata **الفتى** (pemuda) dalam usianya, dan sebagai kata kiasan.⁵

Sedangkan pengertian fatwa menurut Yusuf al-Qaradawi:

“ialah menerangkan hukum syara’ dalam suatu persoalan jawaban dari suatu pertanyaan, baik si penanya itu jelas identitasnya maupun tidak, baik perseorangan maupun kolektif.”

Dalam al-Qur’ān, fatwa berfungsi untuk menjelaskan suatu kejadian/kasus. Seperti dalam firman-Nya sebagai berikut:

³ Abi Ishak Ibrahim Ibn Musa al-Andalusi, *Fatawa al-Imam asy-Syatibi*, (Jakarta: Dinamika Barkah Utama, t.t.), hlm. 67.

⁴ Louis Maloet, *al-Muajid fi al-Lugat*, cet. ke-27, (Beirut: dar al-Masyriq, 1987), hlm. 569.

⁵ Yusuf al-Qaradawi, *al-Fatwa>Baina al-Indibat wa at-Tasayyub*, alih bahasa Subhan, cet. ke-1 (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), hlm. 5.

a) ويستقتونوك في النساءٌ قل الله يفتكم فيهنٌ^٦...

b) يفتقتونوك قل الله يفتكم في المكاللة^٧...

Jika melihat definisi dan keberadaan fatwa dalam al-Qur'an, tentunya fatwa dapat dijadikan sebuah metode penetapan hukum yang (mungkin) paling relevan dengan kondisi zaman pada saat ini yang kian jauh dari norma-norma agama. Al-Qur'an memang telah mengatur segala persoalan manusia dan aturannya tersebut berlaku sampai akhir zaman, begitu juga dengan hadis yang berfungsi sebagai "mubayyin" terhadap Qur'an. Namun demikian untuk sejumlah persoalan terutama mengenai hal yang baru, perlu adanya penafsiran-penafsiran/penjelasan-penjelasan yang lebih rinci atas sumber hukum tersebut dalam metode penetapan hukum Islam dikenal dengan istinbath hukum, dan pada dasarnya fatwa keagamaan adalah usaha untuk memberikan suatu nasihat kepada masyarakat atau umat melalui perangkat ijtihad, qiyas, maupun ijma' (istinbath) dalam menetapkan suatu hukum.

Kegiatan mengeluarkan fatwa dimulai sejak zaman yang amat dini dalam sejarah agama Islam, yaitu sejak Nabi Muhammad saw. Sepeninggal Nabi saw. kegiatan pemberian fatwa semakin berkembang karena perkembangan agama Islam dan masyarakat Muslim yang semakin meluas dan kompleks di mana banyak kasus-kasus baru timbul dan mengundang masyarakat untuk bertanya mengenai ketentuan hukumnya. Kegiatan fatwa terus berkembang sepanjang zaman klasik dan tengah Islam hingga zaman modern. Fatwa tidak hanya

⁶ An-Nisa(4): 127.

⁷ An-Nisa(4): 176.

disampaikan secara individual kepada penanya, melainkan untuk penyebarannya digunakan berbagai media komunikasi yang tersedia seperti radio, surat kabar, majalah, bahkan internet, sehingga penyebaran fatwa menjadi lebih luas dan tidak hanya dibaca oleh pemintanya tetapi juga dapat diakses oleh pembaca lain.

Sejalan dengan pengertian di atas MUI sebagai institusi yang berwenang memberi penjelasan mengenai hukum Islam di Indonesia, berusaha menjaga fungsi hukum Islam agar senantiasa selaras dengan perkembangan masyarakat Indonesia melalui perangkat fatwa. Pada dasarnya tugas para ulama untuk menjelaskan dan/ atau merumuskan aturan-aturan baik yang telah ditetapkan oleh Qur'an dan hadis secara tersirat maupun tersurat.

Dalam pengertian tersebut fatwa tidak bersifat eksklusif bagi agamawan, akan tetapi para ahli di bidangnya masing-masing juga dapat mengeluarkan fatwa. Yusuf al-Qaradawi mengatakan bahwa mengeluarkan fatwa dan melakukan ijtihad merupakan usaha yang dapat dilakukan oleh para ahli di bidang ilmu masing-masing sesuai dengan porsinya. Pada hakikatnya tidak hanya ahli fiqh saja yang boleh mengeluarkan fatwa atau melakukan ijtihad, melainkan para ahli ilmu pengetahuan umum pun sangat boleh mengeluarkan fatwa dan melakukan ijtihad sesuai dengan disiplin ilmu mereka.

Demikian juga yang terjadi di MUI, dalam sidang komisi fatwa MUI juga melibatkan para disiplin ilmu lain di luar ilmu-ilmu keagamaan ketika merumuskan hukum atas masalah yang membutuhkan keterangan mereka.

2. Fatwa SMS berhadiah

Ijtima' Ulama Komisi Fatwa se-Indonesia Majelis Ulama Indonesia (MUI) memfatwakan bahwa SMS berhadiah yang saat ini semakin marak, haram hukumnya karena:

- a. Mengandung unsur judi (maisir), tabdzir, garar, darar, igra' dan israf.⁸
 - 1) Judi (maisir) yaitu mengundi nasib konsumen akan berharap-harap cemas memperoleh hadiah besar dengan cara mudah.
 - 2) *Tabzir* yaitu permainan SMS berhadiah cenderung membentuk perilaku mubazir yang menyia-nyiakan harta dalam kegiatan yang berunsur maksiat.
 - 3) *Garar* yaitu permainan yang tidak jelas (bersifat mengelabui), dimaksudkan untuk mencari keuntungan sebesar-besarnya oleh produsen/ penyedia jasa melalui trik pemberian hadiah atau bonus.
 - 4) *Darar* yaitu membahayakan orang lain akibat dari permainan judi terselubung yang menyesatkan dengan pemberian hadiah kemenangan di atas kerugian dan kekalahan yang diderita oleh peserta lain.
 - 5) *Igra'* yaitu membuat angan-angan kosong konsumen dengan sendirinya akan berfantasi-ria mengharap dapat hadiah yang menggiurkan. Akibatnya, menimbulkan mental malas bekerja untuk mendapatkan hadiah tersebut dengan cukup menunggu pengumuman.
 - 6) *Israf*, yaitu pemberosan, peserta mengeluarkan uang diluar kebutuhan yang wajar.

⁸ Fatwa tersebut adalah salah satu fatwa hasil keputusan Ijtima Ulama di Pondok Pesantren Darussalam Gontor, pada 26 Mei 2006 yang dihadiri lebih dari seribu ulama.

- b. SMS berhadiah yang diharamkan dapat berbentuk bisnis kegiatan kontes, kuis, olahraga, permainan (*games*), kompetisi dan berbagai bentuk kegiatan lainnya, yang menjanjikan hadiah yang diundi diantara para peserta pengirim SMS baik dalam bentuk materi (uang), natura, paket wisata dan lain sebagainya.
- c. Hadiah dari SMS yang diharamkan adalah yang berasal dari hasil peserta pengirim SMS yang bertujuan mencari hadiah yang pada umumnya menggunakan harga premium yang melebihi biaya normal dari jasa yang diterima."Itu karena hadiah undian SMS di sini bersumber dari akumulasi hasil perolehan dari SMS, tarif SMS tersebut di luar ketentuan normal". Hukum tersebut dikecualikan jika hadiah bukan ditarik dari peserta SMS berhadiah.
- d. Hukum haram untuk SMS berhadiah ini berlaku secara umum bagi pihak-pihak yang terlibat baik bisnis penyelenggara acara, *provider* telekomunikasi, peserta pengirim, maupun pihak pendukung lainnya.

Dasar hukum:

(١) يَأَيُّهَا الَّذِينَ امْنَوْا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ

الشَّيْطَنِ فَاجْتَنَبُوهُ لَعْلَكُمْ تَفْلِحُونَ.^٩

(٢) ... وَلَا تَسْرُفُوا إِنَّمَا الْمُسْرَفُونَ.

(٣) ... وَلَا تَبْدِرْ تَبْدِيرًا. إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا أَخْوَانَ الشَّيْطَنِ وَكَانَ الشَّيْطَنُ لِرَبِّهِ كَفُورًا.

^٩ Al-Maidah (5): 90.

^{١٠} Al-A'raf (7): 31.

- 4) “tidak boleh ada bahaya dan saling membahayakan”.
- 5) As-Sheikh Yusuf al-Qaradawi, As-Salus dan Sheikh Muhammad Salleh al-Munjid mengeluarkan fatwa yang mengharamkannya karena dianggap sebagai judi terselubung.

3. Konsep judi, undian, dan sayembara dalam hukum Islam

Hukum-hukum syara’ yang berkaitan dengan undian SMS adalah hukum judi (maisir), undian, dan sayembara. Para fuqaha dan mujtahidin telah menjelaskan secara rinci dalam kitab-kitab fiqh mengenai 3 (tiga) hukum tersebut. Berikut ini dipaparkan bagaimana hukum syara’ mengenai ketiga hukum tersebut:

a. Judi (Maisir)

Secara bahasa, *maisir* dan *qimar* adalah dua kata dalam bahasa Arab yang artinya sama, dan diindonesiakan menjadi judi. Ibnu Katṣir menyatakan bahwa kata *maisir* dalam al-Māidah: 90 artinya sama dengan *qimar* (judi).

Ada beberapa versi definisi judi (*maisir/ qimar*) di kalangan ulama. Definisi judi adalah sebagai berikut:

- 1) كل لعب فيه مراهنة.¹¹
- 2) كل لعب يكون فيه ربح لفريق و خسارة لآخر.¹²

¹¹ Al-Isra’ (17): 26-27.

¹² Ibrahim Anis, dkk, *al-Mu’jam al-Wasiṭ*, (Kairo: Darul Ma’arif, 1972), hlm. 758.

- 3) كل لعب يشتري طفه غالبا من المتها لبين شيء من المغلوب.¹⁴
- 4) القمار كل مالا يخلو اللاعب فيه من ربح أو خسارة.¹⁵

Berbagai definisi judi banyak dikemukakan oleh para ulama, antara lain pendapat Muhammad Abdurrahman sebagaimana dikutip oleh Rasyid Riḍā dalam *Tafsir al-Manār* menjelaskan bahwa maisir (judi) diambil dari kata “yasrun”, yang berarti kemudahan, karena harta dari maisir tersebut tidak diperoleh dengan kesusahan dan usaha atau dari kata “yasrun”, yang berarti kaya, karena maisir tersebut menyebabkan seseorang mendapatkan untung.¹⁶

Adapun pengertian judi (maisir) yang banyak dikemukakan oleh para ahli hukum kontemporer adalah permainan yang mengandung unsur taruhan, dilakukan oleh dua atau lebih secara langsung atau berhadap-hadapan dalam satu majelis. Demikian pendapat yang dikemukakan oleh Ibrahim Husen sebagaimana yang dikutip oleh Masjufuk Zuhdi ada dua hal penting yang perlu diperhatikan, yaitu taruhan dan berhadap-hadapan. Orang yang bertaruh pasti menghadapi salah satu dari dua kemungkinan, yaitu menang atau kalah, jadi sifatnya untung-untungan, mengadu nasib. Jadi, illat (penyebab) haramnya maisir atau judi menurut Ibrahim Husen adalah berhadap-hadapan, dalam

¹³ Muhammad Ali Ash-Shabuni, *Rawa'i' al-Bayan fi Tafsir Ayat al-Ahkam*, (tpp.: tnp., t.t.), I: 279.

¹⁴ Al-Jurjani, *at-Ta'rifat*, (Jeddah: al-Haramayn, t.t.), hlm. 179.

¹⁵ Yusuf al-Qaradāwi, *Halal dan Haram dalam Islam (al-Halal wa al-Haram fi al-Islam)*, alih bahasa Mu'ammal Hamidy, (Surabaya: PT. Bina Ilmu, 1990), hlm.417.

¹⁶ Rasyid Riḍā, *Tafsir al-Manar*, cet. ke-2, (Beirut: Darul Fikri , 1990), II: 324.

berhadap-hadapan itu terkandung hikmah, maka judi (maisir) itu diharamkan.¹⁷

Beberapa definisi tersebut sebenarnya saling melengkapi, sehingga dari definisi-definisi tersebut dapat disimpulkan sebuah definisi judi yang menyeluruh. Judi adalah segala sesuatu yang mengandung unsur taruhan harta dimana pihak yang menang mengambil harta dari pihak yang kalah.

Berdasarkan definisi itu, maka dalam judi terdapat 3 (tiga) unsur aktivitas:

- 1) Adanya taruhan harta (yang berasal dari pihak-pihak yang berjudi);
- 2) Adanya suatu permainan, yang digunakan untuk menentukan pihak yang menang dan yang kalah; dan
- 3) Pihak yang menang mengambil harta (sebagian) yang menjadi taruhan (*murahanah*), sedang pihak yang kalah akan kehilangan hartanya.

Judi ini bisa dilakukan dengan bandar (penyelenggara) atau tanpa bandar. Baik penyelenggaranya pihak swasta maupun pemerintah (misal Departemen Sosial). Semuanya secara umum masuk dalam kategori judi yang haram hukumnya.

Dalam hal ini, ada beberapa hal yang perlu dirinci terlebih dahulu. Tentang judi, syariat melarang keras muamalah ini karena akan menimbulkan banyak madharat. Sebagaimana Allah berfirman :

¹⁷ Masjufuk Zuhdi, *Masail Fiqhiyah: Kapita Selekta Hukum Islam*, (Jakarta: Haji Masagung, 1993) hlm. 147.

يَأَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَنِ

فَاجْتَبُوهُ لِعُلَمَّكُمْ تَفْلِحُونَ.^{١٨}

Islam melarang perjudian, karena perjudian akan membiasakan manusia dalam mencari keuntungan tanpa melalui usaha dan hanya menggantungkan nasib untuk menjadi seorang yang kaya. Mereka tidak mau berusaha dan tidak melalui jalan yang sudah menjadi sunnatullah yang telah diketahui oleh manusia. Sebagaimana Allah swt. berfirman:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذَلِيلًا فَإِمْشُوا فِي مَنَابِعِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ^{١٩}

وَالْيَهُ النَّسُورِ.^{١٩}

Judi merupakan penyebab lahirnya permusuhan dan kebencian diantara orang-orang yang berjudi. Biasanya mereka memusuhi orang-orang yang menang dan gembira di atas keduaan orang lain.

Menurut Muhammad al-Sayis (ahli tafsir), ulama berbeda pendapat dalam memahami ayat ini, ada yang mengatakan bahwa ayat ini tidak mengandung arti haramnya khamar dan judi. Dengan alas an, pada ayat ini tidak disebutkan bahwa hukum keduanya itu haram. Namun yang lain berpendapat sebaliknya, yakni ayat ini menunjukkan keharaman keduanya. Alasannya, bahwa Allah menyebutkan pada keduanya terdapat dosa besar.²⁰

¹⁸ Al-Maidah (5): 90.

¹⁹ Al-Mulk (67): 15.

²⁰ Abdul Aziz Dahlan, *Ensiklopedi Hukum Islam*, (Jakarta: PT. Ikhtiar Baru Van Hoeve, 1997), hlm. 1870.

Aspek penting dalam larangan judi adalah ketidakpastian (spekulasi) atas ‘nasib’ harta yang dipertaruhkan, bisa hilang dan pemiliknya merugi tapi bisa juga menjadi berlipat ganda, tapi merugikan yang lainnya. Dalam beberapa muamalah lain, sifat spekulasi semacam ini juga dilarang seperti jual beli buah yang belum matang (ijon). Pembeli bisa rugi karena ternyata kuantitas atau kualitas buah matang tidak seperti yang ditaksir, atau bisa juga untung besar karena hasil buah bisa berlipat, sedang harga yang diberikan jauh lebih kecil. Judi diharamkan karena merupakan praktik “memakan harta manusia secara batil”. Juga karena judi dapat menyebabkan manusia malas bekerja dan hanya menanti keberuntungan yang belum pasti.

Jelaslah, bahwa judi memang banyak jenis dan macamnya, namun semua pasti memenuhi setidaknya tiga unsur di atas. Itu semuanya adalah judi, sama halnya dengan judi yang mewabah saat ini, seperti Togel (Toto gelap).

b. Undian (qur’ah)

Undian bahasa Arabnya adalah *qur’ah*. Artinya secara bahasa adalah *as-sahm* (bagian) atau *an-nashiib* (andil, nasib). Adapun definisi *qur’ah* (undian) adalah:

ما تأفيه لتعيين النصيب.²¹

²¹ Warson, Ahmad, *Kamus al-Munawwir*, (Yogyakarta: PP. Al-Munawwir Krapyak, 1984), hlm. 1194.

Dalam al-Qur'an dijelaskan ayat yang mengandung unsur undian sebagai berikut:

يَأَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَنِ
فَاجْتَبُوهُ لِعَلْكُمْ تَفْلِحُونَ.²²

Dari ayat di atas, yang dikatakan kotor ada 4 (empat) perkara.²³

- 1) Arak; Tiap-tiap benda cair yang dimasamkan, lantas memabukkan dinamakan arak. Minuman ini haram, banyak atau sedikit, walaupun setitik. Tiap-tiap benda yang tidak dimasamkan tetapi memabukkan itu juga haram kalau dimakan atau diminum sebanyak yang bisa memabukkan.
- 2) Ansab. Yaitu batu yang disembah oleh kaum Jahiliah, dan juga mereka menyembelih binatang-binatang di atasnya sebagai korban.
- 3) Azlam. Maksudnya: Pelangkah atau undi pelangkah ; yaitu, di zaman jahiliah orang adakan tiga undi (*lot*).

Yang pertama, tertulis: Tuhan suruh aku.

Yang kedua, tertulis: Tuhan larang aku.

Yang ketiga, kosong, tidak tertulis apa-apa.

Kalau mereka mau berlayar atau kerjakan sesuatu pekerjaan yang besar, lantas mereka goncang atau putar lot-lot itu. Sekiranya

²² Al-Maidah (5): 90.

²³ Nazar Bakry, *Problematika Pelaksanaan Fiqh Islam*, 1994, cet. ke-1, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada), hlm. 72-73.

keluar lot yang pertama yang tertulis: Tuhan suruh aku, maka mereka terus berjalan atau kerjakan.

Kalau keluar lot yang kedua, maka mereka tidak berlayar dan tidak kerjakan. Kalau keluar lot yang kosong, maka mereka goncang sekali lagi.

4) Maisir, artinya: judi atau lotre.

Adapun lotre zaman dahulu itu adalah lebih baik daripada lotre zaman sekarang, karena lotre zaman dahulu, semata-mata untuk orang miskin, dan lotre zaman sekarang tidak begitu.²⁴

Pada dasarnya, undian hukumnya adalah mubah. Menurut syara', untuk menentukan satu orang yang akan mendapatkan hak dari sejumlah orang yang juga sama-sama berhak, tetapi tidak mungkin semuanya mendapatkan hak tersebut.

Undian ini mubah karena pernah dilakukan oleh Rasulullah SAW. Adapun undian (qur'ah) terjadi dalam 3 (tiga) peristiwa pada masa Nabi saw.:

1) Sebagaimana Nabi saw. mengundi istri-istrinya:

وعنها رضي الله عنها قالت : (كان رسول الله صلى الله عليه وسلم إذا أراد سفراً أقرع بين نسائه فأيتمن خرج سهمها خرج بهامعه) متفق عليه .²⁵

²⁴ A. Hasan, *Soal Jawab (tentang Berbagai Masalah Agama)*, 1976, (CV. Diponegoro: Bandung), hlm. 367.

²⁵ Al-Hafiz Ibn Majr al-Ash'olani, *Bulug al-Maram*, (Beirut: Dar al-Islami, t.t.), hlm. 230.

- 2) Bahwa pernah ada seorang laki-laki yang sakit menjelang matinya, lalu membebaskan enam orang budak yang dimilikinya, padahal dia tak punya harta lain kecuali enam orang budak itu. Maka Rasulullah melakukan undian untuk menentukan siapa yang boleh dibebaskan, yaitu sepertiganya (dua orang). Maka Rasulullah membebaskan dua orang budak (yang namanya keluar dalam undian) sedang empat budak lainnya tetap menjadi budak laki-laki tersebut.
- 3) Bahwa ada dua orang laki-laki yang mengadukan perkaranya lepada Nabi saw., yaitu masalah warisan berupa harta yang sudah tak bisa lagi dibedakan dengan jelas siapa yang berhak. Maka Nabi saw. memerintahkan keduanya untuk melakukan undian, dan yang namanya keluar berarti dia adalah yang berhak atas barang warisan itu.

Meski beberapa bentuk judi juga menggunakan undian, namun ada perbedaan antara *al-maisir* dengan *al-qur'ah*. Dalam *al-maisir* ada taruhan dari peserta, sedangkan *al-qur'ah* tidak menggunakan taruhan.

Undian berhadiah sifatnya memang untung-untungan. Akan tetapi yang menjadikan undian menjadi haram adalah jika terdapat unsur judi yaitu ada harta yang dipertaruhkan. Dalam kasus undian berhadiah, Syaikh Ibnu Usaimin telah menjelaskan dalam beberapa fatwanya mengenai hal ini. Menurutnya, undian berhadiah sangat mungkin mengandung judi tapi bisa pula tidak. Secara dijelaskan dua kemungkinan tersebut:

- 1) harga produk menjadi naik dengan adanya undian.

Misalnya, sebuah perusahaan menyelenggarakan undian pada produk A. Akan tetapi dengan adanya undian tersebut, harga produk A bertambah, atau mungkin harga tetap tetapi kuantitas-kualitasnya dikurangi hingga tidak sesuai harganya. Hal ini, menurut Syaikh Ibnu Usaimin adalah haram dan termasuk perjudian. Sebab, ada harta yang dipertaruhkan dan hadiah yang diperoleh kemungkinan besar berasal dari keuntungan harga barang yang telah ditambah.

- 2) harga barang tidak naik.

Kebanyakan undian berhadiah memang tidak disertai kenaikan harga produk. Undian tersebut hanyalah usaha persuasif dari produsen untuk meningkatkan daya beli konsumen. Dan menurut Syaikh Ibnu Usaimin mengikuti undian semacam ini adalah boleh. Sebab, saat membeli produk yang terdapat undian tersebut, jumlah uang yang dikeluarkan memang sebanding dengan nilai barang yang dibeli. Menang atau tidak, pembeli tidak dirugikan. Akan tetapi jika tujuan membeli produk tersebut hanya agar bisa mendapat kupon dan menambah kesempatan dalam memperoleh hadiah, hal ini tidak dibolehkan. Contohnya, seseorang membeli permen A sekian banyak hanya agar bisa memperoleh kupon hadiah. Sedang sebenarnya ia sendiri tidak butuh dengan permen tersebut. Maka menurut Syaikh Ibnu Usaimin hal ini tidak dibenarkan karena ter-masuk perbuatan

boros dan membuang harta sia-sia. Sedang Nabi saw. melarang umatnya menyia-nyiakan hartanya. Apalagi jika untuk mengikutinya, peserta undian harus mengeluarkan biaya tambahan berupa pengiriman pos.

c. Sayembara (Ji'alah)

Sayembara dalam istilah fiqih disebut dengan berbagai macam istilah, yaitu: *ji'alah*, *ju'alah*, *ju'al*, dan *ja'iilah*.

Menurut pengertian bahasa, *ji'alah* adalah apa-apa yang diberikan kepada seseorang atas suatu perbuatan yang dilakukannya.

Menurut definisi syari'ah, *ji'alah* adalah suatu janji untuk memberikan suatu pengganti atas suatu perbuatan yang tidak diketahui atau sulit diketahui.²⁶

Contoh *ji'alah* untuk perbuatan yang sulit atau tidak diketahui, misalkan, "Barangsiapa dokter yang dapat menyembuhkan penyakitku ini, baginya 10 dinar".²⁷

Al-ju'al atau sayembara yang dalam tataran praktik bisa berbentuk pemberian hadiah bagi orang yang menemukan barang yang hilang atau melakukan hal tertentu.

²⁶ Wahhab Az-Zuhaili, *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, (Damaskus: Darul Fikri, 1989), Bab. IV, hlm. 783.

²⁷ *Ibid.*, hlm. 784.

Jumhur ulama membolehkan ji'alah, yakni ulama mazhab Maliki, Syafi'i, dan Hambali. Sedang ulama mazhab Hanafi menyatakan tidak boleh karena diqiyaskan dengan ijarah yang mengandung gharar (ketidakjelasan).

Ada dalil-dalil tertentu yang menunjukkan kebolehannya. Dalilnya antara lain firman Allah swt. Tentang Nabi Yusuf bersama saudara-saudaranya yang membuat sayembara:

قالوا انفق صواع الملك ولمن جاء به حمل بغير وانا به زعيم.^{۲۸}

Dalil lainnya adalah as-Sunnah, yaitu ketika para sahabat di sebuah perjalanan mengambil upah berupa daging kambing, karena mereka dapat mengobati pemimpin suatu kaum yang digigit ular dengan cara meruqyahnya dengan surat al-Fatihah. Nabi saw. membenarkan hal tersebut.

Terdapat 3 (tiga) syarat ji'alah:

1) Pihak *ja'il* (pembuat sayembara) dan *maj'ul lahu* (peserta sayembara) harus mempunyai kecakapan (*ahliyah*). Keduanya wajib orang berakal, baligh, dan rasyid (bukan orang safih (pemboros) atau sedang dalam perwalian pihak lain).

2) *Ju'al* (hadiyah sayembara) harus diketahui dengan jelas (*ma'lum*). Tidak boleh kalau hadiahnya tidak jelas, misalnya, “Barangsiapa yang menemukan STNK motorku yang hilang, akan mendapatkan imbalan yang sepantasnya”. Hadiah harus jelas, misalnya “Barangsiapa yang menemukan STNK motorku yang hilang, akan mendapatkan imbalan hadiah berupa ...”.

²⁸ Yusuf (12): 72.

3) Amal (aktivitas) yang dilakukan peserta sayembara haruslah diketahui secara faktual dan dibolehkan secara syar'i. Jadi, tidak boleh melakukan sayembara yang aktivitasnya secara faktual tidak dapat diketahui dengan jelas, misalnya, "Barangsiapa dapat mengeluarkan jin dari rumahku, akan mendapatkan imbalan berupa uang senilai Rp. 1.000.000,- (Satu juta rupiah). Tidak boleh pula dilakukan sayembara yang aktivitasnya secara syari'ah diharamkan, misalnya, "Barangsiapa dapat membunuh orang ini untukku, maka ia akan mendapatkan imbalan berupa uang senilai Rp. 100.000.000,- (Seratus juta rupiah).²⁹

Pada masa sekarang, sayembara dapat bermacam-macam bentuknya. Misalnya sayembara penulisan karya ilmiah, penulisan artikel resensi di media, dan sebagainya. Termasuk juga sayembara, adalah apa yang disebut dengan istilah kuis di TV dan radio saat ini. Misalkan, sebuah TV/ radio mengadakan mengadakan kuis secara langsung lewat telepon dalam acara langsung (*live*). Pembawa acara mengajukan satu pertanyaan dan bagi yang menjawab dengan benar lewat telepon akan mendapat imbalan atau hadiah.

Sayembara dan undian boleh dilakukan secara bersamaan. Sebab masing-masing adalah boleh, maka ketika akan digabungkan pun hukumnya juga boleh. Yang membedakan sayembara dengan judi adalah, bahwa pada sayembara tidak ada sama sekali unsur taruhan materi dari para peserta

²⁹ Wahhab Az-Zuhaili, *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, (Damaskus: Darul Fikri, 1989), Bab. IV, hlm. 787-788.

sayembara. Sedang pada judi, ada taruhan materi di dalamnya dari para penjudi.

C. Perspektif Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

1. Ketentuan umum

Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.³⁰ Perlindungan konsumen merupakan masalah kepentingan manusia, oleh karenanya menjadi harapan bagi semua bangsa di dunia untuk dapat mewujudkannya. Mewujudkan perlindungan konsumen adalah mewujudkan hubungan berbagai dimensi yang satu sama lain mempunyai keterkaitan dan saling ketergantungan antara konsumen, pengusaha dan pemerintah.³¹

Sejalan dengan itu, selaku salah satu anggota Tim Penyusunan Rancangan Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen, Departemen Perindustrian dan Perdagangan, dapat disampaikan bahwa tujuan penyelenggaraan, pengembangan dan pengaturan perlindungan konsumen yang direncanakan adalah untuk meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen dan secara tidak langsung mendorong pelaku usaha di dalam menyelenggarakan kegiatan usahanya dilakukan dengan penuh rasa tanggungjawab.

³⁰ *Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*, Pasal. 1 ayat (1).

³¹ Nasution AL, *Konsumen dan Hukum*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1945), hlm. 19.

Pengaturan perlindungan konsumen dilakukan dengan:³²

- a. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur keterbukaan akses dan informasi, serta menjamin kepastian hukum;
- b. Melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan seluruh pelaku usaha;
- c. Meningkatkan kualitas barang dan pelayanan jasa;
- d. Memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktik usaha yang menipu dan menyesatkan;
- e. Memadukan penyelenggaraan, pengembangan dan pengaturan perlindungan konsumen dengan bidang-bidang perlindungan pada bidang-bidang lain.

Keperluan adanya hukum untuk memberikan perlindungan konsumen Indonesia merupakan suatu hal yang tidak dapat dielakan, sejalan dengan tujuan pembangunan nasional, yaitu pembangunan manusia Indonesia seutuhnya.

2. Hubungan hukum dengan Peraturan Perundang-undangan lain

Dalam rangka membangun hukum konsumen dalam kerangka sistem hukum Indonesia, keterkaitan antara hukum konsumen dengan peraturan perundang-undangan lain yang mempunyai tujuan memberikan perlindungan kepada konsumen. Sebagaimana diketahui hubungan hukum ini dapat ditinjau

³² Husni Syawali, Neni Sri Imaniyati, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Bandung: Mandar Maju, 2000), hlm. 7.

dari sisi hukum administrasi, hukum perdata, hukum pidana dan hukum acara baik acara pidana maupun perdata.

Dari sisi hukum administrasi dapat ditinjau bahwa pada umumnya peraturan atau keputusan setingkat Menteri menetapkan sanksi atas pelanggaran dari ketentuan yang diwajibkan dikenakan sanksi administrasi seperti pencabutan ijin atau pembekuan ijin tersebut. Padahal ketentuan yang diwajibkan tersebut menyangkut ketentuan perlindungan kepada konsumen, sehingga apabila terjadi pelanggaran kewajiban, sanksi dijatuhkan kepada pengusaha sebagai produsen barang dan jasa. Di sisi lain, konsumen yang dirugikan tidak memiliki hak apapun atas pelanggaran yang dilakukan oleh pengusaha yang dicabut atau dibekukan ijinya.

Hal demikian terjadi pula pada kasus yang berkaitan dengan pelanggaran dengan pelanggaran dalam hukum pidana yang dilakukan oleh pengusaha. Perbuatan pengusaha yang melakukan pelanggaran hukum tersebut dikenakan sanksi pidana sebagaimana ditetapkan dalam undang-undang tersebut. Di sisi lain konsumen yang dirugikan tidak memiliki hak apapun atau pelanggaran yang dilakukan oleh pengusaha dimaksud.

Di bidang hukum perdata, dapat dikatakan memiliki karakter yang berbeda, mengingat selama ini yang diatur dalam hukum perdata adalah hubungan hukum yang seimbang posisinya, sehingga apabila salah satu pihak ingkar janji (wanprestasi) pihak lain dapat serta merta menuntut pemenuhan kewajiban dari pihak yang ingkar janji.³³ Lain halnya dalam hubungan hukum

³³ *KUHPer*, Pasal 1328 ayat (1).

antara pengusaha dan konsumen, hubungan tersebut tidak dilakukan oleh para pihak yang seimbang. Sehingga pihak pengusaha dapat menentukan syarat-syarat tertentu tanpa harus memperoleh persetujuan terlebih dahulu dari konsumen. Akibatnya bila terjadi pengingkaran yang dilakukan pengusaha, konsumen tidak memiliki kewenangan atau hak apapun untuk pemenuhan perjanjian atas hubungan hukum tersebut.

Di dalam hukum acara pidana dan perdata, dapat dijumpai dalam Undang-undang Nomor 1 Tahun 1981 tentang Hukum Acara Pidana dan di bidang acara perdata dijumpai dalam hukum acara perdata sebagaimana diatur dalam Het herziene Indonesisch Reglement (HIR) dan berbagai Undang-undang yang mengatur acara di pengadilan. Di dalam kaitannya dengan perlindungan konsumen, dapat dikaitkan bahwa ketentuan acara dimaksud sama sekali bukan khusus untuk keperluan konsumen, namun berlaku bagi semua pihak yang memerlukan, sehingga kasus konsumen yang sangat sederhana, apabila diajukan harus melalui ketentuan acara berperkara sebagaimana ditentukan oleh Undang-undang dimaksud.

Tersebarnya perlindungan konsumen ke dalam beberapa peraturan perundang-undangan telah mempersulit konsumen untuk mengetahui hak-haknya terhadap pelaku usaha, untuk itu perlu dibentuk suatu undang-undang khusus yang menjadi *lex specialis* dari berbagai peraturan perundang-undangan yang melindungi konsumen. Pada tanggal 9 April 1999, Undang-

undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) disahkan, dan diundangkan pada tanggal 20 April 1999.

Terhitung hingga saat ini, usia UUPK telah mencapai sembilan tahun. Sekalipun telah lewat sembilan tahun sejak diundangkan, tidak banyak masyarakat Indonesia yang mengetahui kehadiran undang-undang ini. Selain itu, tidak semua konsumen mengetahui hak-haknya. Sebagian besar konsumen baru mengetahui hak-haknya setelah terjadinya sengketa konsumen. Kondisi semacam ini juga didukung oleh kultur bangsa Indonesia yang pada dasarnya tidak suka membesar-besarkan permasalahan yang menimpa dirinya. Sehingga ketika suatu kondisi konsumen menderita kerugian yang disebabkan oleh produsen, konsumen tersebut memilih sikap diam dan tidak mempermasalahkannya.

Tujuan utama dari dibentuknya Undang-undang Perlindungan Konsumen ini antara lain adalah meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.³⁴ Artinya, ketika konsumen ingin atau telah memperoleh barang atau jasa dari pelaku usaha, ia memiliki hak dalam memilih produk barang atau jasa apa yang cocok baginya. Konsumen juga dapat menentukan apakah barang atau jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha merupakan barang atau jasa yang dibutuhkan olehnya atau tidak. Serta konsumen juga dapat menuntut haknya kepada pelaku usaha atau barang atau jasa yang diperolehnya.

³⁴ Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 3 huruf (b).

Salah satu hak dasar dari konsumen yang diatur oleh Undang-undang Perlindungan Konsumen dapat ditemukan di dalam Pasal 4 huruf (a), yaitu:

Pasal 4

Hak konsumen adalah:

- a. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;

Sayang sekali dalam Penjelasan Undang-undang Perlindungan Konsumen tidak dijelaskan lebih lanjut apa yang dimaksud dengan “hak atas kenyamanan”. Sifat nyaman merupakan salah satu sifat yang subjektif, artinya kenyamanan bagi seseorang belum tentu nyaman bagi orang lain. Namun demikian, secara umum kata “nyaman” yang dalam padanan bahasa Inggrisnya adalah *comfortable* dapat diartikan sebagai kondisi yang menyenangkan.

Sebagai contoh, apabila seseorang mendapatkan sesuatu yang tidak diinginkannya secara terus-menerus, hal tersebut akan membuat dirinya tidak nyaman atau berada pada kondisi yang tidak menyenangkan. Tentunya sebagai konsumen berhak untuk mendapat layanan sesuai dengan yang dibutuhkan. Di sini lah peran hukum perlindungan konsumen dalam menjamin hak-hak konsumen sebagaimana diamanahkan UUPK.

3. Tendensi ke arah bisnis undian SMS berhadiah

Tren konvergensi layanan data, suara maupun gambar akan dapat dinikmati oleh konsumen melalui berbagai piranti genggam yang digunakannya. Bahkan kini piranti telekomunikasi bergerak semakin berperan dalam meningkatkan produktifitas kehidupan penggunaannya. SMS

(Short Message Service), sebagai salah satu layanan telekomunikasi yang digemari masyarakat.

Asosiasi Telekomunikasi Selular Indonesia (ATSI) mencatat kontribusi SMS bagi total pendapatan operator berkisar antara 20% hingga 30%. Jelas, bagi operator telekomunikasi di Indonesia, SMS telah menjadi *revenue generator* yang tidak dapat dianggap remeh. Setidaknya tercatat sekitar 80 juta nomor selular aktif di Indonesia.

Signifikansi penggunaan SMS tersebut segera disambut oleh Content Provider (CP) yang jumlahnya telah berkembang hingga menjadi sekitar 300-an perusahaan dewasa ini. Maraknya penggunaan SMS merupakan fenomena bisnis yang lumrah dan konsekuensi logis ketatnya persaingan antar operator maupun CP, yang tidak diikuti dengan peningkatan jumlah pengguna seperti yang diprediksikan. Akibatnya tiap operator dan CP berlomba menciptakan layanan unik untuk menarik pelanggan, yang terkadang tidak memperdulikan apakah layanan tersebut melanggar aturan atau tidak.

Bisnis konten berbasiskan SMS pun kian menjadi idola, hingga lahirlah sebuah strategi bisnis yaitu:

- a. SMS Premium;

Adalah penerapan harga yang jauh di atas tarif SMS pada umumnya dengan biaya bervariasi mulai dari Rp. 500 sampai Rp. 2.000.

b. SMS Masal;

Adalah Pengiriman SMS berisi berbagai pesan promosi baik berupa produk maupun pelayanan jasa ke pengguna telekomunikasi tanpa ada persetujuan dari pemilik nomor ponsel.

c. Kartel SMS.

Adalah kesepakatan antara operator untuk bersama-sama menetapkan tarif SMS pada angka tertentu.

Ilustrasinya, dengan tarif Rp. 2.000,-/SMS maka pihak-pihak penyelenggara yang bekerja sama akan membagi keuntungan kepada penyedia konten (*content provider*) dan operator seluler. Kerja sama tersebut terjadi antara tiga pihak, yaitu:

- a. media pemilik program;
- b. penyedia konten (CP atau *content provider*); dan
- c. operator seluler.

Namun, perjanjian antar tiga pihak tersebut dilakukan terpisah. “Media pemilik program hanya berurusan dengan penyedia konten, tidak berhubungan dengan operator selulernya. Sementara itu, kerja sama dengan operator seluler sebagai penyedia jalur SMS atau *short number*-nya dilakukan oleh penyedia konten. Pihak penyedia konten ini kemudian menjelaskan kepada media pemilik program secara detail informasi kuis yang akan dimunculkan dan bagaimana menginformasikannya agar mengena. Setelah itu, program diinformasikan kepada operator seluler oleh penyedia konten. Barulah operator seluler mempersiapkan jalur dan *short number*-nya.

Secara garis besar, untuk setiap SMS yang masuk akan dikurangi biaya *basic access* yang berbeda nilainya, untuk prabayar besarnya Rp. 350,-/SMS dan untuk pascabayar besarnya Rp. 250,-/SMS. Sisanya baru dibagi berdasarkan persentase pembagian keuntungan seperti tertulis dalam perjanjian awal tadi.

Jadi keuntungan yang dibagi ketiga pihak, adalah sisa dari tarif normal SMS (Rp. 2.000,- dikurangi Rp. 250,-/ Rp. 350,-). Berarti yang dibagi adalah sekitar Rp. 1.650,- sampai Rp. 1.750,-. Misalnya total keuntungan tersebut dibagi rata antar tiga pihak (media pemilik, penyedia konten, dan operator seluler). Berarti masing-masing pihak akan mendapatkan Rp. 550,- sampai Rp. 583,333,-.

Angka ini memang sekilas terlihat kecil, akan tetapi jika melihat jumlah orang yang ikut kuis dan polling secara akumulatif, maka angka itu akan menjadi sangat besar. Mereka yang ikut kuis atau polling jumlahnya bias mencapai puluhan ribu bahkan jutaan orang.

Misal, angka 1,8 juta polling SMS dikalikan dengan Rp. 550,- (katakanlah kita ambil yang Rp. 550,- itu, bukan yang Rp. 583,333,-), berarti penghasilan kotor penyelenggara polling adalah SMS sebesar = 1,8 juta x Rp. 550,- = Rp. 990 juta.

Jika yang ikut kuis SMS dari total penduduk Indonesia hanya 5 % saja, yaitu sebanyak 11 juta orang, dan ini mungkin sekali terjadi, karena satu orang tidak dibatasi hanya boleh sekali SMS, namun berkali-kali, agar jagoannya tidak tersisih atau agar kesempatan menangnya lebih besar.

Maka penghasilan kotor yang diraup pihak penyelenggara adalah sebesar = 11 juta x Rp. 550,- = Rp. 6.050.000.000,-. Atau sebesar 6,05 miliar rupiah.

Kalaupun pihak penyelenggara harus mengurangi penghasilan kotornya itu untuk dipotong pajak, biaya operasional, dan hadiah senilai puluhan juta bahkan ratusan juta rupiah, itu sama sekali tidak berarti jika dibandingkan dengan keuntungan luar biasa besar yang mereka dapatkan dengan mudah. Hampir dapat dipastikan, keuntungan bersih yang diperoleh masih dalam hitungan miliaran rupiah.

4. Akibat hukum dalam bisnis undian SMS berhadiah

Pertumbuhan bisnis SMS dan peningkatan jumlah CP tersebut tak segera disikapi dengan tersedianya peraturan, regulasi ataupun aturan main yang jelas dan tegas.

Menurut Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BKPN), setidaknya ada 3 (tiga) hal yang kerap dikeluhkan oleh konsumen atas penggunaan layanan SMS, yaitu :³⁵

- a. Tersedotnya pulsa seluler tanpa keinginan konsumen sepenuhnya;
- b. Ketidaktahuan atau Kesulitan memahami/menghentikan layanan konten dengan tarif SMS Premium; dan
- c. Penipuan berkedok undian berhadiah melalui SMS.

³⁵ Arin Widiyanti, *Apa keluhan terbesar konsumen SMS premium?*, www.detiknet.com, akses, 15 September 2008.

Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dengan menerapkan transparansi dan akuntabilitas penyelenggaraan undian, dan melakukan kriminalisasi terhadap beberapa perbuatan yang dilakukan oleh penyelenggaraan undian.

Pada Pasal 13 ayat (1) UUPK melarang pelaku usaha menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu barang dan/jasa dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain secara cuma-cuma dengan maksud tidak memberikannya atau memberikan tidak sebagaimana yang dijanjikannya.

Larangan lainnya, pihak penyelenggara yang tidak melakukan penarikan hadiah setelah batas waktu yang dijanjikan, tidak mengumumkan hasilnya melalui media massa, memberikan hadiah yang tidak sesuai dengan yang dijanjikan dan mengganti hadiah yang tidak setara dengan nilai hadiah yang dijanjikan.

Selengkapnya hal tersebut tegas dinyatakan pada Pasal 14 UUPK, yang menyebutkan bahwa pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dengan memberikan hadiah melalui cara undian, dilarang untuk:

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

- d. Mengganti hadiah yang tidak setara dengan nilai hadiah yang dijanjikan.

Pelanggaran terhadap ketentuan ini tergolong pelanggaran berat, karena kepada pelakunya diancam dengan sanksi pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

Pemberian sanksi pidana ini dapat ditambah lagi dengan hukuman berupa perampasan barang tertentu, pengumuman keputusan hakim, pembayaran ganti rugi, perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen, kewajiban penarikan barang dari peredaran, atau pencabutan izin usaha.

Dengan demikian proses penyelenggaraan undian berhadiah harus dilakukan dengan transparan dan melibatkan konsumen lain untuk mengawasinya.

Hal ini dimaksudkan agar pihak pelaku usaha sangat berhati-hati dalam menyelenggarakan undian berhadiah, dan penyelenggaraan undian tersebut, baik pemberitahuan penyelenggaranya maupun hasil atau pemenangnya, dapat diketahui oleh masyarakat luas, serta mengantisipasi agar tidak dimanfaatkan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab dan mengambil keuntungan dalam program undian tersebut.

Selain itu, sikap proaktif, kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya sangat diperlukan dalam mencegah meluasnya praktik penipuan semacam itu.

Peraturan yang ada saat ini hanyalah Peraturan Menteri Komunikasi dan Informasi (Menkornifo) No. 24 Tahun 2005 tentang Fitur Berbayar. Peraturan itu menegaskan bahwa segala layanan yang sifatnya berbayar atas jasa telekomunikasi haruslah mendapat persetujuan dari konsumen sebelumnya.

Praktek di lapangan berbicara lain, konsumen berteriak ketika dalam sehari menerima SMS premium bertubi-tubi yang tentunya memotong jumlah pulsa secara signifikan. CP (*Content Provider*) pun memiliki dalih yang cukup kuat bahwa dirinya telah menerapkan aturan, lantaran telah mendapatkan persetujuan konsumen melalui proses registrasi.

Memang, seperti diindikasikan oleh Indonesia Mobile Content Association (IMOCA) masih ada saja sejumlah CP yang membandel, dengan tidak menyediakan mekanisme untuk melakukan proses pembatalan registrasi (*unregister*) atau tidak memberitahukan keberadaan dan cara mekanisme *unregister* tersebut kepada pelanggan.

Di sisi lain, sejumlah perusahaan besar berlangganan SMS secara gelondongan (*bulk*) yang dimanfaatkan untuk kepentingan promosi produk dan/atau jasanya. Tanpa ada persetujuan dari pemilik nomor ponsel tersebut, mereka tanpa segan-segan akan mengirimkan SMS berisi pesan promosi.

SMS 'sampah' seperti inilah yang juga kerap membuat jengkel pemilik ponsel karena seringkali tak jelas siapa pengirimnya dan bagaimana menghentikannya. Pun konsumen kadang tak paham, mengapa nomor selulernya bisa masuk dalam database SMS gelondongan tersebut.

Badan Regulasi Telekomunikasi Indonesia (BRTI) beranggapan bahwa SMS sampah tersebut termasuk hal yang melanggar Undang-Undang No. 36 tahun 1999 tentang Telekomunikasi. Pasal yang bisa ditarik untuk menjerat pelaku SMS sampah tersebut adalah:³⁶

Penyelenggara telekomunikasi dilarang melakukan kegiatan usaha penyelenggaraan telekomunikasi yang bertentangan dengan kepentingan umum, kesusilaan, keamanan, atau ketertiban umum.

Setiap orang yang dilarang melakukan perbuatan tanpa hak, tidak sah, atau memanipulasi:

- a. akses ke jaringan telekomunikasi; dan/atau
- b. akses ke jasa telekomunikasi; dan/atau
- c. akses ke jaringan telekomunikasi khusus.

Jika aturan ini dilanggar, maka akan diberlakukan sanksi dan dipidana

sebagaimana dijelaskan dalam Undang-undang sebagai berikut:³⁷

Barang siapa yang melanggar ketentuan Pasal 16 ayat (1), Pasal 18 ayat (2), Pasal 19, Pasal 21, Pasal 25 ayat (2), Pasal 26 ayat (1), Pasal 29 ayat (1) dan (2), Pasal 33 ayat (1) dan (2), Pasal 34 ayat (1), atau Pasal 34 ayat (2) dikenai sanksi administrasi.

(1) Sanksi administrasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 45 berupa pencabutan izin. (2) Pencabutan izin sebagaimana diimaksud pada ayat (1) dilakukan setelah diberikan peringatan tertulis.

Penyelenggara telekomunikasi yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 20, dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).

Hingga kini Undang-undang tersebut seakan menjadi mandul menghadapi gempuran para pelaku tindak pengiriman SMS sampah tersebut.

³⁶ Undang-undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi, Bab V, Pasal 21 & 22.

³⁷ Ibid., Bab. VI, Pasal 45, 46 & 49.

Sejumlah kasus terkait dengan *mobile content* mulai mengemukakan, semisal kasus hak cipta, *royalty*, hingga problematika SMS premium. Kondisi tersebut semakin tak menentu lantaran belum ajegnya regulasi pemerintah yang bisa menjadi aturan main pebisnis *mobile content*.

Keterlibatan antar para pemangku kepentingan dalam menentukan arah dan aturan main bisnis mobile content ini tentu dalam titik tertentu akan dapat mereposisi manfaat yang akan diterima langsung maupun tidak langsung oleh para pihak secara proporsional.

Dengan kata lain, suatu acara berbasis SMS hanya bisa dilarang disiarkan manakala dapat dibuktikan adanya unsur perjudian atau penipuan (pembodohan masyarakat). Dalam penyelenggaranya, isi siaran haruslah berdasarkan ketentuan Undang-undang.³⁸

Isi siaran harus sesuai dengan asas, tujuan, fungsi, dan arah siaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2, Pasal 3, Pasal 4, dan Pasal 5.

(5) Isi siaran dilarang: b. menonjolkan unsur kekerasan, cabul, perjudian, penyalahgunaan narkotika dan obat terlarang.

(1) Penyidikan terhadap tindak pidana yang diatur dalam undang-undang ini dilakukan sesuai dengan Kitab Undang-undang Hukum Acara Pidana.

Jika aturan ini dilanggar, maka akan dikenakan pidana. Sebagaimana dijelaskan dalam Undang-undang sebagai berikut:³⁹

Dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) untuk penyiaran radio dan dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 10.000.000.000,00

³⁸Undang-undang Nomor 32 tentang Penyiaran, Bab. IV, Bag. I, Pasal 35 & 36 ayat (5) huruf (b).

³⁹ Ibid., Bab. X, Pasal 57 huruf (d).

(sepuluh miliar rupiah) untuk penyiaran televisi, setiap orang yang d.melanggar ketentuan sebagaimana diimaksud dalam Pasal 36 ayat (5).

Secara yuridis formal, ketentuan mengenai unsur-unsur yang dapat dikategorikan sebagai perbuatan judi dan penipuan belum ada pengaturannya yang jelas. Yang diatur hanya larangan melakukan perjudian dan penipuan, sebagaimana di atur dalam Pasal 303 dan 378 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP), termasuk UU Nomor 7 Tahun 1974 tentang Penertiban Perjudian yang isinya hanya semakin memperberat hukuman bagi penjudi.

Secara substansi, ketentuan Pasal 303⁴⁰ pada intinya melarang setiap orang melakukan tipu muslihat (pembodohan masyarakat), dengan cara meminta seseorang untuk menyerahkan barang sesuatu (uang) kepadanya. Bagi yang melanggar akan diancam, karena penipuan, dengan pidana penjara paling lama empat tahun. Sedang Pasal 378⁴¹ pada prinsipnya mengancam pidana paling lama dua tahun delapan bulan atau denda paling banyak enam ribu rupiah, kepada seseorang yang tanpa mendapat izin menawarkan atau memberi kesempatan berjudi kepada khalayak umum.

Rasionalisasi dibalik keharusan perlunya ditetapkan unsur-unsur perbuatan (bisnis) yang dapat dikategorikan sebagai judi dan penipuan ialah, agar ada kriteria atau parameter yang jelas dalam membuktikan apakah suatu bisnis tergolong judi dan penipuan. Pasalnya, tanpa prasyarat pembuktian tersebut, pelaku dapat dipastikan dengan mudah berkelit dan terhindar dari jeratan hukum.

⁴⁰ Kitab Undang-undang Hukum Pidana.

⁴¹ *Ibid.*,

D. Undian SMS berhadiah dilihat dari segi motivasi dan dampaknya

Undian berhadiah memang dipandang oleh pelaku usaha sebagai sarana promosi dan penawaran yang efektif dalam menarik calon konsumen untuk membeli/mengkonsumsinya produknya. Keuntungan yang ditawarkan adalah konsumen memperoleh nilai tukar produk barang dan/ atau jasa melebihi nilai tukar yang dibayarkannya.

Kuis SMS dan undian berhadiah merupakan salah satu strategi bisnis yang dipasang oleh produsen. Sangat jelas bahwa motivasi produsen dalam menggunakan SMS berhadiah adalah dalam rangka merayu konsumen. Persaingan yang sangat ketat mendorong setiap produsen untuk menawarkan bonus-bonus yang memuaskan konsumen. Karena itu, seringkali hadiah yang ditawarkan adalah sesuatu yang sangat diinginkan oleh setiap orang, yang pemenuhannya secara normal membutuhkan waktu lama. Model yang digunakan bisa berupa undian berhadiah atau dapat pula menggunakan format seperti kuis SMS. Tekniknya seolah-olah konsumen berusaha menggunakan daya-upaya dan kecerdasannya dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan. Namun jika dicermati lebih jauh, pertanyaan-pertanyaan tersebut tidak memiliki kualitas. Pertanyaan itu memang hanya sebuah syarat dalam modus permainan berhadiah. Tidak ada unsur pendidikan dan pencerdasan, yang ada hanyalah hasrat pemutaran uang dan bujuk-rayu penggunaan produk tertentu.

Dalam mengikuti undian SMS berhadiah, terdapat beberapa dampak atas hal tersebut baik itu bersifat positif maupun negatif, antara lain:

1. Dari segi ekonomi : dapat berakibat pemborosan, menghambur-hamburkan uang untuk permainan yang tidak jelas, sehingga menghabiskan harta benda;
2. Dari segi mental : akan kehilangan etos dan semangat kerja, menjadi malas sehingga hanya menggantungkan harapan akan menjadi kaya dengan mengikuti undian tersebut.
3. Dari segi agama : dapat menghalangi orang dari berdzikir dan beribadah kepada Allah. Apabila hati sudah tertutup dengan sifat tamak, dengki dan kebencian semakin menjauhkan diri dari Allah, sehingga waktunya dihabiskan untuk berjudi.
4. Dari segi sosial : membahayakan pihak lain yang menderita kekalahan sehingga menimbulkan permusuhan;
5. Dari segi budaya : ketagihan, membangkitkan fantasi sehingga cenderung berfikir negatif dan tidak rasional sampai bertanya kepada paranormal atau dukun.
6. Dari segi psikologi : cenderung mengisolasi diri, mencari teman bicara dengan sesama pecandu, dan terkadang membinasakan diri sendiri, karena bagi penjudi yang telah mengalami kekalahan dan harta bendanya telah habis, apalagi ditambah dengan bertumpuknya hutang dikarenakan kalah berjudi, biasanya jalan pintas yang diambil dengan mengakhiri hidupnya dengan bunuh diri.

Sebagian resiko atau bahaya perjudian ialah merusak masyarakat, individu,⁴² pendidikan dengan membiasakan seseorang malas bekerja dan hanya menunggu rizki tanpa bekerja, melemahkan akal potensi pikiran dengan meninggalkan pekerjaan yang bermanfaat, serta menelantarkan pertanian, perkebunan, industri, dan perdagangan yang merupakan sendi-sendi kemakmuran.

⁴² MB Hooker, *Islam Mazhab Indonesia: Fatwa-fatwa dan Perubahan Sosial*, Penerjemah: Iding Rosyidin Hasan, cet. 1, (Jakarta: Teraju, 2002), hlm. 295.

BAB IV
ANALISIS PERSAMAAN DAN PERBEDAAN
PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM BISNIS UNDIAN SMS
BERHADIAH PERSPEKTIF FATWA MUI DAN
UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG
PERLINDUNGAN KONSUMEN

A. Aspek yuridis (legalitas hukum)

1. Persamaan

Dalam aspek hukum, pada dasarnya kedua pandangan tersebut bermuara pada kemaslahatan dan kesejahteraan umum. Maslahah pada dasarnya adalah sesuatu yang membawa ke arah yang baik dan bermanfaat.

Islam merupakan agama yang menginginkan terlollanya maslahah manusia, disamping terialisirnya keadilan dan terjaganya hak-hak individual maupun hak masyarakat.

Demikian halnya Undang-undang Nomor 8 Tahun 199 tentang Perlindungan Konsumen, tujuan hukum dalam fungsinya sebagai perlindungan terhadap kepentingan manusia.

Hukum mempunyai sasaran yang hendak dicapai. Adapun tujuan pokok hukum adalah menciptakan keadilan dalam tatanan masyarakat yang tertib dan seimbang.¹

¹ Sudikno Mertokusumo, *Mengenal Hukum Suatu Pengantar*, cet. ke-1, (Yogyakarta: Liberty, 1995), hlm. 71.

2. Perbedaan

a. Fatwa MUI

Undian berhadiah yang ada dan berkembang di Indonesia sekarang ini adalah tiap-tiap kesempatan yang diadakan oleh sesuatu badan untuk mereka yang setelah memenuhi syarat-syarat tertentu dapat ikut serta memperoleh hadiah berupa uang atau benda, yang akan diberikan kepada peserta-peserta yang ditunjuk sebagai pemenang dengan jalan diundi.

Undian SMS berhadiah merupakan salah satu jenis undian berhadiah yang saat ini menjadi fenomena masyarakat karena maraknya peserta undian yang mengkutinya. Oleh karena itu, untuk menghindari adanya unsur-unsur kemudharatan dari adanya undian SMS berhadiah ini, maka peran MUI dalam kasus ini yakni dengan memberikan fatwa MUI.

Undian SMS berhadiah jika ditinjau dari prakteknya dapat dikategorikan dalam judi atau maisir. Berbagai definisi judi banyak dikemukakan oleh para ulama, antara lain pendapat Muhammad Abdurrahman sebagaimana dikutip oleh Rasyid Riḍha dalam *Tafsir al-Manar* menjelaskan bahwa maisir (judi) diambil dari kata “yasrun”, yang berarti kemudahan, karena harta dari maisir tersebut tidak diperoleh dengan kesusahan dan usaha atau dari kata “yasrun”, yang berarti kaya, karena maisir tersebut menyebabkan seseorang mendapatkan untung.²

Adapun pengertian judi (maisir) yang banyak dikemukakan oleh para ahli hukum kontemporer adalah permainan yang mengandung unsur taruhan,

² Rasyid Riḍha, *Tafsir al-Manar*, cet. ke-2, (Beirut: Darul Fikri , 1990), II: 324.

dilakukan oleh dua atau lebih secara langsung atau berhadap-hadapan dalam satu majelis. Demikian pendapat yang dikemukakan oleh Ibrahim Husen sebagaimana yang dikutip oleh Masjfuk Zuhdi ada dua hal penting yang perlu diperhatikan, yaitu taruhan dan berhadap-hadapan. Orang yang bertaruh pasti menghadapi salah satu dari dua kemungkinan, yaitu menang atau kalah, jadi sifatnya untung-untungan, mengadu nasib. Jadi, illat (penyebab) haramnya maisir atau judi menurut Ibrahim Husen adalah berhadap-hadapan, dalam berhadap-hadapan itu terkandung hikmah, maka judi (maisir) itu diharamkan.³

Beberapa definisi tersebut sebenarnya saling melengkapi, sehingga dari definisi-definisi tersebut dapat disimpulkan sebuah definisi judi yang menyeluruh. Judi adalah segala sesuatu yang mengandung unsur taruhan harta dimana pihak yang menang mengambil harta dari pihak yang kalah.

Berdasarkan definisi itu, maka dalam judi terdapat 3 (tiga) unsur aktivitas:

- 1) Adanya taruhan harta (yang berasal dari pihak-pihak yang berjudi);
- 2) Adanya suatu permainan, yang digunakan untuk menentukan pihak yang menang dan yang kalah; dan
- 3) Pihak yang menang mengambil harta (sebagian) yang menjadi taruhan (*murahanah*), sedang pihak yang kalah akan kehilangan hartanya.

³ Masjfuk Zuhdi, *Masail Fiqhiyah: Kapita Selekta Hukum Islam*, (Jakarta: Haji Masagung, 1993) hlm. 147.

Sesuai dengan firman Allah swt. dalam surat al-Baqarah (2): 219, disebutkan:

يَسْأَلُونَكُمْ عَنِ الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ ۗ قُلْ فِيهِمَا أَثْمٌ كَبِيرٌ وَمِنَافِعٌ لِلنَّاسِ ۗ وَأَثْمُهُمَا أَكْبَرُ مِنْ نَفْعِهِمَا ۗ وَيَسْأَلُونَكُمْ مَاذَا يَنْفَقُونَ ۗ قُلِ الْعَفْوُ ۗ كَذَلِكَ يَبْيَنُ اللَّهُ لَكُمُ الْآيَتِ لِعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ.

Allah juga berfirman dalam surat al-Maidah (5): 90, sebagaimana tersebut dibawah ini:

يَأَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِنْ عَمَلِ الشَّيْطَنِ فَاجْتَبُوهُ لِعَلَّكُمْ تَفَلَّحُونَ.

Sehingga sudah jelas bahwa dalam al-Qur'an disebutkan bahwa judi itu jelas-jelas perbuatan yang dilarang oleh Allah swt. karena merupakan pekerjaan syaitan yang keji.

Dalam fatwanya, MUI memandang undian SMS berhadiah mengandung unsur judi yang cenderung membentuk perilaku malas, berharap-harap akan hadiah, mubazir yang menyia-nyiakan harta, dan lain sebagainya. Oleh karena itu dinyatakan haram hukumnya. Namun hukum tersebut dikecualikan, jika hadiah bukan ditarik dari peserta undian SMS berhadiah melainkan oleh pihak ketiga. Maka SMS berhadiah adalah halal hukumnya, walaupun menggunakan tarif premium.

Dengan penjelasan tersebut di atas, dapat dipahami bahwa pengecualian yang diberikan MUI terkait pihak ketiga sebagai penyedia hadiah tidak memiliki dasar hukum yang kuat. Maka adanya hadiah yang disediakan oleh pihak ketiga dalam SMS berhadiah tidak dapat menghalalkan

kegiatan tersebut. Sebab dalam SMS berhadiah para peserta saling mempertaruhkan harta yang dalam hal ini berupa pulsa yang digunakan untuk mengirim SMS dengan tarif premium. Serta tidak ada muhallil yang mana keberadaannya dapat menghalalkan kegiatan yang mengandung unsur taruhan. Padahal untuk melakukan qiyas harus memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

- 1) *asl*, suatu peristiwa yang sudah ada nashnya, yang dijadikan tempat mengqiyaskan;
- 2) *furu'*, merupakan peristiwa yang belum ada nashnya dan peristiwa itulah yang akan diqiyaskan kepada *asl*.
- 3) *hukmu al-asl*, hukum syara' yang ditetapkan oleh nash; dan
- 4) *illat*, suatu sifat yang terdapat pada peristiwa *furu'* dan *asl* yang keduanya memiliki kesamaan, karenanya hukum diantara keduanya disamakan.

Jika salah satu dari ke empat syarat tersebut tidak terpenuhi, maka qiyas tidak dapat dilakukan.

Agaknya pengecualian dalam fatwa MUI, terkait pihak ketiga sebagai penyedia hadiah, tidak sesuai dengan hukum Islam, karena keberadaan pihak ketiga tidak dapat menghalalkan kegiatan SMS berhadiah dengan alasan:

- 1) SMS berhadiah adalah judi, dan judi tidak dapat dirubah status hukumnya dengan adanya pihak ketiga sebagai penyedia hadiah. Jika pihak ketiga dapat merubah status hukum haram padanya, maka hukum perjudian pun dapat berubah menjadi halal dengan adanya

pihak ketiga dan itu tidak mungkin, mengingat *furu'* diqiyaskan kepada *asJ* karena adanya konsumen '*illat* hukum;

- 2) Pihak ketiga hanya berlaku pada undian yang dilakukan sepihak atau para pesertanya dikenai biaya, tetapi biaya tersebut bukan untuk hadiah (karena ditanggung pihak ketiga) melainkan digunakan untuk keperluan peserta sendiri dan/ atau keperluan panitia dalam hal pengadaan acara, seperti keperluan akomodasi, pengadaan peralatan, konsumsi, dan lain sebagainya;
- 3) Pihak ketiga bukan merupakan '*illat* hukum yang mengharamkan judi. Oleh karena itu, keberadaannya dalam SMS berhadiah tidak dapat menghalalkan program tersebut, karena pada dasarnya *furu'* dapat diikutkan pada *asJ* karena ada kesamaan '*illat* hukum pada keduanya;
- 4) Keberadaan pihak ketiga sebagai penyedia hadiah tindakan *hiyal* (manipulasi), sedangkan *syara'* tidak membenarkan tindakan manipulasi untuk membolehkan hal yang dilarang.

Dengan demikian SMS berhadiah yang hadiahnya disediakan oleh pihak ketiga adalah judi, karena adanya kemiripan *illat* hukum antara SMS berhadiah dengan judi. Maka secara otomatis harta yang diperoleh dari kegiatan tersebut haram untuk dikonsumsi, sebab judi merupakan cara yang batil untuk memperoleh harta. Sebagaimana dalam al-Qur'an surat an-Nisa' 29, Allah swt. berfirman sebagai berikut:

يَا يَهُآذِينَ مَنِ الْأَكْلُوآمُو الْكُمْ بِيْنَكُمْ بِالْبَا طَلَ الَا انْتَكُونَ تَجَارَةً عَنْ

تَرَاضِ مِنْكُمْ ...

Hukum Islam memberikan pedoman dan peraturan, prinsip dalam memperoleh dan menggunakan harta yang harus ditaati dan dilaksanakan oleh setiap muslim, sehingga terhindar dari praktek-praktek yang dilarang oleh Islam yang akibatnya akan merugikan bagi diri sendiri dan orang lain. Dalam mencari dan memperoleh harta, haruslah dengan cara yang halal, yakni dengan cara yang sah menurut hukum berdasarkan moral yang baik. Sebagaimana Allah swt. berfirman dalam al-Qur'an:

وَلَا تَأْكُلُ أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتَدْلُوْبَهَا إِلَى الْحَكَامِ لِتَأْكُلُوا فِرِيقًا مِّنْ أَمْوَالٍ

الناس بِالْأَثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ.⁴

Manusia lebih dituntut untuk mengutamakan dan menjaga harta kekayaannya secara baik dan benar, tidak dengan cara menghambur-hamburkan harta secara bathil. Manusia yang menghamburkan harta secara bathil, dapat membuat dirinya merasa kurang puas terhadap apa yang dimilikinya, sehingga apapun dan pelbagai cara dilakukannya meskipun itu dengan jalan yang bathil.

b. Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Dalam tema pembahasan tentang undian sms berhadiah ini, Undang-undang Perlindungan Konsumen telah mengantisipasi problematika ini dengan menerapkan transparansi dan akuntabilitas penyelenggaraan undian,

⁴ Al-Baqarah (2): 188.

dan melakukan kriminalisasi terhadap beberapa perbuatan yang dilakukan oleh penyelenggaran undian.

Pada Pasal 13 ayat (1) UUPK melarang pelaku usaha menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu barang dan/jasa dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain secara cuma-cuma dengan maksud tidak memberikannya atau memberikan tidak sebagaimana yang dijanjikannya.

Larangan lainnya, pihak penyelenggara yang tidak melakukan penarikan hadiah setelah batas waktu yang dijanjikan, tidak mengumumkan hasilnya melalui media massa, memberikan hadiah yang tidak sesuai dengan yang dijanjikan dan mengganti hadiah yang tidak setara dengan nilai hadiah yang dijanjikan.

Selengkapnya hal tersebut tegas dinyatakan pada Pasal 14 UUPK, yang menyebutkan bahwa pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/ atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dengan memberikan hadiah melalui cara undian, dilarang untuk:

- 1) Tidak melakukan penarikan hadiah setelah batas waktu yang dijanjikan;
- 2) Mengumumkan hasilnya tidak melalui media massa;
- 3) Memberikan hadiah tidak sesuai dengan yang dijanjikan; dan
- 4) Mengganti hadiah yang tidak setara dengan nilai hadiah yang dijanjikan.

Pemberian sanksi pidana ini dapat ditambah lagi dengan hukuman berupa perampasan barang tertentu; pengumuman keputusan hakim; pembayaran ganti rugi; perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen; kewajiban penarikan barang dari peredaran; atau pencabutan izin usaha.

Dengan demikian proses penyelenggaraan undian berhadiah harus dilakukan dengan transparan dan melibatkan konsumen lain untuk mengawasinya. Hal ini dimaksudkan agar pihak pelaku usaha sangat berhati-hati dalam menyelenggarakan undian berhadiah, dan penyelenggaraan undian tersebut, baik pemberitahuan penyelenggaranya maupun hasil atau pemenangnya, dapat diketahui oleh masyarakat luas, serta mengantisipasi agar tidak dimanfaatkan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab dan mengambil keuntungan dalam program undian tersebut.

Selain itu, sikap proaktif, kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya sangat diperlukan dalam mencegah meluasnya praktek penipuan semacam itu.

Tujuan utama dari dibentuknya UUPK ini antara lain adalah meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen (Pasal 3 huruf (b) UUPK). Artinya, ketika konsumen ingin atau telah memperoleh barang atau jasa dari pelaku usaha, ia memiliki hak dalam memilih produk barang atau jasa apa yang cocok baginya, konsumen juga dapat menentukan apakah barang atau jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha merupakan barang atau jasa yang

dibutuhkan olehnya atau tidak, serta konsumen juga dapat menuntut haknya kepada pelaku usaha atau barang atau jasa yang diperolehnya.

Salah satu hak dasar dari konsumen yang diatur oleh Undang-undang Perlindungan Konsumen (UUPK) dapat ditemukan di dalam:

Pasal 4

Hak konsumen adalah:

- a. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;

Sayang sekali dalam Penjelasan UUPK tidak dijelaskan lebih lanjut apa yang dimaksud dengan “hak atas kenyamanan”. Sifat nyaman merupakan salah satu sifat yang subjektif, artinya kenyamanan bagi seseorang belum tentu nyaman bagi orang lain. Namun demikian, secara umum kata “nyaman” yang dalam padanan bahasa Inggrisnya adalah *comfortable* dapat diartikan sebagai kondisi yang menyenangkan. Sebagai contoh, apabila seseorang mendapatkan sesuatu yang tidak diinginkannya secara terus-menerus, hal tersebut akan membuat dirinya tidak nyaman atau berada pada kondisi yang tidak menyenangkan.

Apapun itu bentuknya sepanjang sifatnya menyediakan hadiah yang akan diperebutkan melalui yang namanya undian sebaiknya mengikuti aturan yang ada, seperti yang dilakukan salah satu stasiun televisi, dengan melibatkan pejabat dari instansi terkait seperti yang disebutkan diatas, sudah barang tentu setidaknya penyelenggaraan undian via SMS tersebut sudah didasarkan adanya perijinan, dan secara logika kecil kemungkinan instansi bersedia dilibatkan dengan tanpa dasar hukum yang jelas, kelengkapan ini semata guna menghindari tuntutan dari pihak yang merasa tidak puas dengan

hasil pengundian tersebut, dan tidak sebatas hanya mencantumkan klausula "*keputusan juri/ penyelenggara undian tidak dapat diganggu gugat*".

Menurut ketentuan yang ada, bahwa setiap penyelenggaraan undian (baik undian yang datangnya dari Indonesia maupun Luar Negeri sekalipun) harus mendapat izin terlebih dahulu dari Menteri Sosial RI., demikian bunyi ketentuan Pasal 2 ayat (1) Peraturan Menteri Sosial R.I. No. 13/Huk/2005 tentang Izin Undian., jo. Keputusan Presiden No.48 Tahun 1973 tentang Penertiban Penyelenggaraan Undian jo. Pasal 1 Undang-undang No. 22 Tahun 1954 tentang Undian.

Mengenai cara pengundian, tidak kalah pentingnya yakni, guna menghindari munculnya tuntutan dari pihak yang merasa dirugikan, karenanya untuk undian langsung sebelum lembaran surat/kupon/sarana undian diedarkan, harus dilakukan penyegelan terlebih dahulu. Demikian juga untuk undian tidak langsung, sebelum dilakukan pengundian harus terlebih dahulu diadakan penyegelan terhadap seluruh lembaran surat/kupon/sarana undian. Dan penyegelan dilakukan oleh pejabat Departemen Sosial dan instansi sosial Provinsi setempat, dihadapan Notaris dengan disaksikan oleh penyelenggara dan Kepolisian setempat, setelah itu dibuatkan Berita Acara yang disahkan oleh Notaris (Pasal 15, 16, 17, 18 Peraturan Menteri Sosial R.I. No. 13/Huk/2005 tentang izin Undian).

Pengundian hanya dilakukan terhadap penyelenggaraan undian tidak langsung. Pengundian juga harus disaksikan pihak-pihak sebagaimana yang terlibat dalam penyegelan tadi, dan dibuatkan Berita Acara. Halmana agar

undian itu bersifat terbuka untuk Umum (Pasal 19, 20, 22 Peraturan Menteri Sosial R.I.No. 13/Huk/2005 tentang izin Undian).

Sanksi, bagi penyelenggara undian yang tidak mendapat izin terlebih dahulu atau tanpa izin atau menyimpang dari ketentuan sebagaimana ditetapkan dalam Keputusan Pemberian Izin Undian, dikenakan sanksi Pidana sebagaimana ditetapkan dalam Pasal 12 Undang-undang No. 22 Tahun 1954 tentang Undian (Pasal 28 Peraturan Menteri Sosial R.I. No. 13/Huk/2005 tentang izin Undian).

Bagi penyelenggara undian/ penerima izin/ pihak pengurus izin yang tidak memenuhi kewajiban sebagaimana ditetapkan dalam Pasal 24 ayat (1), ayat (2), ayat (3), ayat (4), Pasal 25 ayat (1), ayat (2), Pasal 26 dan Pasal 27 dikenakan sanksi administrasi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Pasal 29 Peraturan Menteri Sosial R.I. No. 13/Huk/2005 tentang Izin Undian).

Dalam setiap penyelenggaraan undian berhadiah, pihak penyelenggara mengajukan perizinan kepada Menteri Sosial, demikian juga pihak operator seluler atau pihak yang akan ditunjuk sebagai pelaksana lebih lanjut dari penyelenggaraan undian berhadiah tersebut juga harus mengecek kembali perijinan atas pelaksanaan undian tersebut, agar tidak turut terlibat dalam pelanggaran hukum, bilamana ternyata penyelenggaraan undian berhadiah tersebut ternyata belum mendapat izin dari Menteri Sosial.

B. Aspek maslahat

1. Persamaan

Maslahat pada dasarnya adalah sesuatu yang membawa ke arah yang baik dan bermanfaat. Dalam pengembangan hukum Islam penggunaan teori maslahat mempunyai peran yang sangat essensial, terutama terhadap masalah-masalah yang timbul (masalah kontemporer) yang tidak ditunjuk keberadaannya. Sedang dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen, maslahah manusia telah diatur berdasarkan aturan hukum yang berlaku, agar tidak adanya kerugian yang dialami oleh konsumen.

2. Perbedaan

a. Fatwa MUI

Maslahat merupakan sesuatu hal yang sangat penting dipertimbangkan dalam penetapan suatu hukum. Karena secara esensial, hukum tersebut juga diberlakukan untuk kemaslahatan manusia. Sehingga menjadi sangat janggal apabila hukum yang diberlakukan bagi manusia, namun malah memberikan mudharat bagi kelangsungan hidup manusia sebagai mukallaf.

Oleh karena itu, kemaslahatan yang diberikan MUI dalam fatwanya mengenai undian SMS berhadiah adalah haram, karena salah satu kebijakan fatwa MUI yang mengharamkan undian SMS berhadiah yakni karena adanya unsur *darar*. Darar yaitu membahayakan orang lain akibat dari permainan judi terselubung yang menyesatkan dengan pemberian hadiah kemenangan di

atas kerugian dan kekalahan yang diderita oleh peserta lain. MUI memberlakukan fatwa ini demi kemaslahatan umat Islam, dilihatnya bahwa undian SMS dapat merugikan pihak konsumen karena ada unsur penipuan (*darar*) di dalamnya.

Penipuan digambarkan oleh al-Qur'an sebagai karakter utama kemunafikan. Al-Qur'an telah menyediakan siksa yang pedih bagi tindakan ini di dalam neraka. Sebagaimana Allah swt. berfirman:

ان المُنْفَقِينَ فِي الدُّرُكِ الْأَسْفَلِ مِنَ النَّارِ وَلَنْ تَجِدْ لَهُمْ نَصِيرًا.⁵

Sebagaimana juga diungkapkan dalam sabda Nabi:

قَالَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِذَا بَأْيَعْتُ فَقْلَ لَا خَلَابَةَ.⁶

Tidak mengandung praktik eksplorasi dan saling merugikan yang membuat orang lain teraniaya. Sebagaimana dijelaskan dalam al-Qur'an:

لَا تَظْلِمُنَّ وَلَا تُظْلَمُونَ.⁷ ...

Jika kemudharatan tersebut merugikan orang banyak (konsumen), maka sebaiknya mendahulukan kemaslahatan publik lebih diutamakan daripada kemaslahatan individu. Sebagaimana kaidah berikut ini:

٣) المصلحة العامة مقدمة على المصلحة الخاصة.⁸

⁵ An-Nisa(4): 145.

⁶ Hadis tersebut diriwayatkan Bukhari dan Abdullah ibn Yusuf, dari Malik bin Anas ibn Malik Abi Amir, dari Abdullah ibn Dinar Maula Amir, dari Abdullah ibn Umar ibn Khathab dari Rasulullah. Hadis tersebut marfu' muttasil.

⁷ Al-Baqarah (2): 279.

⁸ Al-Jurjani, *At-Ta'rifat*, (Jeddah: al-Haramayn, t.t.), hlm. 179.

Mencari keuntungan dengan cara-cara bisnis yang curang akan menghasilkan sesuatu yang sangat tidak baik dan menimbulkan kemelaratan. Menurut al-Quran, bisnis yang menguntungkan adalah bukan hanya dengan melakukan ukuran yang benar dan timbangan yang tepat, tetapi juga dengan menghindarkan segala bentuk dan praktek kecurangan yang kotor dan korup sebagaimana yang diungkapkan dalam al-Qur'an. Al-Quran menekankan bahwa sebuah bisnis yang kecil lewat jalan halal dan *thayyib* (baik), jauh lebih baik daripada bisnis besar yang dilakukan dengan cara yang haram dan *khabits* (jelek).

Islam menuntut umatnya untuk menjadi orang yang jujur dan amanah dalam setiap tindakan dan perbuatan. Orang yang melakukan penipuan, tidak dianggap sebagai umat Islam yang sesungguhnya, meskipun dari lisannya keluar pernyataan bahwasanya dirinya adalah seorang muslim.

Dari pernyataan di atas jelas bahwa Islam mengecam penipuan dalam bentuk apapun dalam berbisnis.

Adapun larangan dalam berbisnis barang atau jasa yang dikategorikan haram. Larangan ini disebutkan dalam hadis berikut:

ان الله ورسوله حرم بيع الحمر والميّة والخنزير والأصنام .⁹

⁹ Abu-'Abdillah Muhammad Ibn Isma'il al-Bukhari, *Sahih al-Bukhari*, Bab "ba'il mafati wa al-Ashnami", (tpp.: Dar Matabi asy-Sya'b, t.t.), hadis nomor 2236, hlm. 55.

b. Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Kemaslahatan dalam perlindungan konsumen telah diatur dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen. Undang-undang ini memberikan hak perlindungan konsumen tentang keamanan produk yang dikonsumsi dan hak untuk mendapatkan kompensasi ganti rugi. Hak atas keamanan produk mengandung pengertian bahwa konsumen berhak mendapatkan produk yang nyaman dan memberi keselamatan, maka konsumen harus mendapat perlindungan dari bahaya akibat mengkonsumsi produk.

Hak atas ganti rugi konsumen ini, dimaksudkan untuk mengembalikan keadaan akibat dari penggunaan barang dan/ atau jasa yang tidak memenuhi harapan konsumen sehingga keinginan atau kepuasan konsumen akan barang dan/ atau jasa yang dibeli tidak tercapai.

Secara umum, tuntutan ganti kerugian atas kerugian yang dialami oleh konsumen sebagai akibat penggunaan produk, baik yang berupa kerugian materi, fisik maupun jiwa. Kerugian yang diderita seorang, secara garis besar dapat dibagi atas dua bagian, yaitu kerugian yang menimpa diri dan kerugian yang menimpa harta benda sendiri dapat berupa kerugian nyata yang dialami serta kehilangan keuntungan yang diharapkan.

Walaupun kerugian dapat berupa kerugian atas diri (fisik) seseorang atau kerugian yang menimpa harta benda, namun jika dikaitkan dengan ganti kerugian, maka keduanya dapat dinilai dengan uang (harta kekayaan). Demikian pula karena kerugian harta benda dapat pula berupa kehilangan

keuntungan yang diharapkan, maka pengertian kerugian seharusnya adalah berkurangnya/ tidak diperolehnya harta kekayaan pihak yang satu, yang disebabkan oleh perbuatan (melakukan atau membiarkan) yang melanggar norma oleh pihak lain.

Kerugian hanya dapat dipertimbangkan untuk diganti ialah yang ada hubungan sedemikian rupa dengan kejadian dasar pertanggunggugatan orang yang bersalah, sehingga kerugian ini, sebagai akibat dari kejadian itu dapat dipertanggungkan kepadanya, dengan mempertimbangkan juga sifat pertanggunggugatan dan sifat kerugian.

Ganti kerugian dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen, hanya meliputi pengembalian uang atau penggantian barang dan/ atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/ atau pemberian santunan yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Ini berarti bahwa ganti kerugian yang dianut dalam UUPK adalah ganti kerugian subyektif.

Oleh karena itulah, untuk mengantisipasi kerugian yang dialami oleh konsumen, di dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen telah diatur hak dan kewajiban konsumen yang terdapat dalam Pasal 4 dan 5.

Berkaitan dengan perlindungan konsumen terhadap penipuan yang berkedok undian sms berhadiah sehingga konsumen dirugikan, dalam hal ini Undang-undang Perlindungan Konsumen menegaskan bahwa konsumen

berhak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/ atau jasa.¹⁰

Di dalam Undang-undang ini, salah satunya mengatur dalam memberikan perlindungan kepada konsumen dari praktik usaha yang menipu dan menyesatkan. Sebagaimana yang dijelaskan dalam Pasal 13 dan 14 Undang-undang Perlindungan Konsumen.

Pada Pasal 13 ayat (1) UUPK melarang pelaku usaha menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu barang dan/jasa dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain secara cuma-cuma dengan maksud tidak memberikannya atau memberikan tidak sebagaimana yang dijanjikannya.

Larangan lainnya, pihak penyelenggara yang tidak melakukan penarikan hadiah setelah batas waktu yang dijanjikan, tidak mengumumkan hasilnya melalui media massa, memberikan hadiah yang tidak sesuai dengan yang dijanjikan dan mengganti hadiah yang tidak setara dengan nilai hadiah yang dijanjikan.

Selengkapnya hal tersebut tegas dinyatakan pada Pasal 14 UUPK, yang menyebutkan bahwa pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dengan memberikan hadiah melalui cara undian, dilarang untuk:

- 1) Tidak melakukan penarikan hadiah setelah batas waktu yang dijanjikan;

¹⁰ *Ibid.*, Pasal 4 huruf (a).

- 2) Mengumumkan hasilnya tidak melalui media massa;
- 3) Memberikan hadiah tidak sesuai dengan yang dijanjikan; dan
- 4) Mengganti hadiah yang tidak setara dengan nilai hadiah yang dijanjikan.

Pemberian sanksi pidana ini dapat ditambah lagi dengan hukuman berupa perampasan barang tertentu, pengumuman keputusan hakim, pembayaran ganti rugi, perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen, kewajiban penarikan barang dari peredaran, atau pencabutan izin usaha.

Ketentuan mengenai unsur-unsur yang dapat dikategorikan sebagai perbuatan judi dan penipuan belum ada pengaturannya yang jelas. Yang diatur hanya larangan melakukan perjudian dan penipuan, sebagaimana diatur dalam Pasal 303 dan 378 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP), termasuk UU Nomor 7 Tahun 1974 tentang Penertiban Perjudian yang isinya hanya semakin memperberat hukuman bagi penjudi.

Secara substansi, ketentuan Pasal 303¹¹ pada intinya melarang setiap orang melakukan tipu muslihat (pembodohan masyarakat), dengan cara meminta seseorang untuk menyerahkan barang sesuatu (uang) kepadanya. Bagi yang melanggar akan diancam, karena penipuan, dengan pidana penjara paling lama empat tahun. Sedang Pasal 378¹² pada prinsipnya mengancam pidana paling lama dua tahun delapan bulan atau denda paling banyak enam

¹¹ *Kitab Undang-undang Hukum Pidana*.

¹² *Ibid.*,

ribu rupiah, kepada seseorang yang tanpa mendapat izin menawarkan atau memberi kesempatan berjudi kepada khalayak umum.

Larangan-larangan yang diberlakukan oleh Undang-undang pada pelaku usaha di atas dalam rangka untuk mencegah praktik illegal dalam berbisnis. Sehingga hak-hak konsumen yang ada di atas tidak dirugikan oleh pelaku usaha.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian-uraian di atas, penyusun dapat menyimpulkan hal-hal yang substanstif mengenai uraian-uraian yang telah dikemukakan di atas yakni:

1. Perlindungan konsumen dalam bisnis undian sms berhadiah ditinjau dari perspektif fatwa MUI dan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen:
 - a. Fatwa MUI memandang undian SMS berhadiah mengandung unsur judi yang cenderung membentuk perilaku malas, berharap-harap akan hadiah, mubazir yang menyia-nyiakan harta, dan lain sebagainya, oleh karenanya dinyatakan haram hukumnya. Namun hukum tersebut dikecualikan, jika hadiah bukan ditarik dari peserta undian SMS berhadiah.
 - b. Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memandang undian SMS berhadiah tersebut dilarang jika terdapat unsur penipuan, yang mengakibatkan kerugian pada konsumen. Dalam hal ini, kerugian yang dialami konsumen, dan hak-hak konsumen, telah diatur dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

2. Persamaan dan perbedaannya:

a. Aspek yuridis (legalitas hukum)

Fatwa MUI dan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mempunyai tujuan yang sama dalam hal kemaslahatan dan kesejahteraan umum yakni sama-sama menginginkan terlolanya maslahah manusia, dengan terwujudnya keadilan dan terjaganya hak-hak individual maupun hak masyarakat. Namun, kedua hukum tersebut mempunyai cara tersendiri dalam penerapan hukumnya.

Dalam kaitanya dengan bisnis undian SMS berhadiah ini, fatwa MUI dalam menetapkan sebuah hukum berdasarkan nash al-Qur'an dan hadis, serta kaidah-kaidah hukum Islam. Undian SMS berhadiah dinilai haram karena terdapat unsur judi di dalamnya. Sebagaimana dijelaskan dalam al-Qur'an dan hadis.

Sedangkan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, menetapkan sebuah hukum berdasarkan Undang-undang atau peraturan hukum lainnya yang berkaitan dengan permasalahan tersebut. Undian SMS hadiah tersebut dilarang jika terdapat unsur penipuan, yang mengakibatkan kerugian pada konsumen. Dalam hal ini, kerugian yang dialami konsumen, hak-hak konsumen diatur dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

b. Aspek maslahah

Dalam pengembangan hukum Islam penggunaan teori maslahat mempunyai peran yang sangat essensial, terutama terhadap masalah-masalah yang timbul (masalah kontemporer) yang tidak ditunjuk keberadaannya. Dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen, maslahah manusia telah diatur berdasarkan aturan hukum yang berlaku, agar tidak adanya kerugian yang dialami oleh konsumen. Namun tetap kemaslahatan antara kedua hukum tersebut pada tujuan yang sama yakni membawa ke arah yang baik dan bermanfaat.

Dalam kaitannya dengan bisnis undian SMS berhadiah ini, fatwa MUI memandang haram hukumnya karena salah satunya terdapat unsur *darar* (penipuan) yang mana menimbulkan kerugian bagi pihak konsumen.

Sedang dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dijelaskan hak perlindungan konsumen tentang keamanan produk yang dikonsumsi dan hak untuk mendapatkan kompensasi ganti rugi. Dalam kasus undian SMS berhadiah ini, dimaksudkan bahwa konsumen berhak memperoleh perlindungan atas hak-haknya sebagaimana dalam UUPK, sehingga tidak ada kerugian yang dialami konsumen akibat undian tersebut.

B. Saran

1. Perlunya pemberian informasi dan penyadaran tentang dampak dari undian SMS berhadiah tersebut. Informasi dapat diberikan melalui himbauan tokoh-tokoh, atau kelompok-kelompok di masyarakat.
2. Adanya inisiatif dan sigap dari pihak operator yang langsung bereaksi menanggapi penipuan sms berhadiah ini dengan melakukan tindakan dengan mengirimkan sms berupa pemberitahuan kepada konsumen (user) bahwa sms berhadiah tersebut merupakan penipuan. Sehingga konsumen (user) diharap waspada dan hati-hati dalam menyikapi/ menanggapi sms berhadiah tersebut.
3. Perlu regulasi pemerintah tentang undian SMS berhadiah. Regulasi ini diperlukan agar pihak penyelenggara undian sms berhadiah tidak membawa dampak yang buruk bagi masyarakat.
4. Hendaknya ada kerjasama antara pihak dari badan pemerintah yang dikoordinir oleh Depsol yang beranggotakan MUI (Majelis ulama Indonesia), YLKI (Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia), Depag (Departemen Agama), Dephum dan HAM (Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia), Kejaksaan, Kepolisian, Departemen Komunikasi dan Informatika, serta BRTI (Badan Regulasi dan Telekomunikasi Indonesia) dengan pihak dari CP (Content Provider), beserta operator dalam hal penyelenggaraan sms berhadiah yang dilakukan secara legal (pemberian izin), karena sudah ada kesepakatan dari masing-masing pihak yang bersangkutan. Sehingga pihak konsumen (user) tidak dirugikan dari akibat penipuan sms berhadiah.

BIBLIOGRAFI

A. Kelompok al-Qur'an dan Tafsir:

Al-Jurjani, Ali bin Muhammad, *at-Ta'rifat*, Jeddah: al-Haramayn, t.t.

Al-Maraghi, Ahmad Mustafa, *Tafsir al-Maraghi jilid VII*, Semarang: Toha Putra, 1987.

Al-Syatibi, Abu Ishaq Ibrahim Ibn Musa, *al-Muwafaqat fi Ushul al-Ahkam*, t.t.p.: Dar al-Rasyid al-Hadisah, t.t.

Anis, Ibrahim, *al-Mu'jam al-Wasit*, Kairo: Darul Ma'arif, 1972.

As-Sabuni, Muhammad Ali. *Terjemahan Tafsir Ayat Ahkam Ash-Shabuni (Rawa'i Al-Bayan Tafsir Ayat Al-Ahkam min Qur'an)*, alih bahasa Mu'ammal Hamidy & Imron A. Manan, Surabaya: PT. Bina Ilmu, 1983.

Departemen Agama Republik Indonesia, *al-Qur'an dan Terjemahnya (Juz 1-30)*, Semarang: TOHA PUTRA, 1989.

Husen, Ibrahim, *Ma Hawa al-Maisir*, Jakarta: IIQ (Institut Islam al-Qur'an), 1987.

Rida, Rasyid, *Tafsir al-Manar*, Beirut: Darul Fikri, 1990.

B. Kelompok Hadis:

'Abdillah, Imam Abi, *Shahih Bukhari*, Bab "al-Nahyi'ah Talaqqa al-Rukhban", diriwayatkan oleh Bukhari dan Abdullah.

'Abdillah, Imam Abi, *Shahih Bukhari*, Bab "al-Najasy", diriwayatkan oleh Bukhari dan Ibnu Umar.

'Abdillah, Imam Abi, *Shahih Bukhari*, Bab "Bai'll Mafati wa al-Ashnami".

'Abdillah, Imam Abi *Matn*, Bab "Ma Yukrahu min al-Khida'I fi al-Bai'I", diriwayatkan oleh Bukhari dari Abdullah bin Umar.

'Abdillah, Imam Abi, *Shahih Bukhari*, Bab "Yamhaqullah al-Riba wa Yurbi al-Sadaqah", diriwayatkan oleh Bukhari dari Abu Hurairah.

Al-Asjolani, Majr}Ibn al-Hafiz, *Bulug al-Maram*, Beirut: Dar al-Islami, t.t.

Al-Baihaqi, Abi Bakar Muhammad al-Husain, *al-Sunan al-Shaghir*, bab Ma jaa fi al-tladisi wa kitmani al-aibi bi al-mubii, diriwayatkan oleh Abu Hurairoh, Beirut: Dar al-Fikr, t.t.

Al-Baihaqi, Abi Bakar al-Husain, *Sunan al-Sagir*, Bab ‘Ma Yunha ‘anhu min al-Buyu’ Allati Fiha Garar wa Gairu Zalik”, diriwayatkan oleh Imam Baihaqi dari Abu Hurairah.

Al-Bukhari, Abu ‘Abdillah Muhammad Ibn Ismail, *Sahih al-Bukhari*, Bab “ba’il mafati wa al-Ashnami”, ttp.: Dar Matabi asy-Sya’b, t.t.

Muhammad, Abi Bakr Ibn al-Husain al-Baihaqi, *al-Sunan al-Shaghir*, Beirut: Dar al-Fikr, t.t,

Muhammad, Abi Isa bin Isa bin Saurah, *Sunan al-Tirmizi*, Makkah: Maktabah al-Tijariyah, t.t., “Kitaba al-Buyu’ ”, Bab ‘Ma Jaa fi al-Nahyi ‘an al-Sun ya”, diriwayatkan oleh Tirmizi dari Jubir R.A.

Shahih Muslim, *Kitab al-Buyu’*, CD Mausu’ah Kutub at-Tis’ah.

C. Kelompok Fiqh/ Ushul Fiqih:

Al-Gazzaki, al-Mustafa min ‘Ilm al-Ushul, Mesir: Syirkah at-Tiba’ah al-Fanniyyah al-Muttaqidah, 1971.

Al-Qaradawi, Muhammad Yusuf, *al-Fatwa>Baina al-Indibat wa at-Tasayyub*, alih bahasa Subhan, cet. ke-1, Jakarta: Gema Insani Press, 1997.

Al-Qaradawi, Muhammad Yusuf, *Fatwa-fatwa Kontemporer Jilid 3*, Penerjemah: Abdul Hayyie al-Kattani, Masturi Irham, Ahmad Ikhwani, Atik Fikri Ilyas, cet. ke-1, Jakarta: Gema Insani, 2002.

Al-Qaradawi, Muhammad Yusuf, *Halal dan Haram dalam Islam (al-Halal wa al-Haram fi al-Islam)*, alih bahasa Mu’ammal Hamidy, Surabaya: PT. Bina Ilmu, 1990.

Al-Syatibi, Abu Ishaq, *al-Muwafaqat fi>Ushul as-Syari’ah*, Kairo: Al-Haiatul al-Mishriyyah al-“Amah Lil Kitab, 2006.

Az-Zuhaili, Wahbah, *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, Damaskus: Darul Fikri, 1989.

Bakry, Nazar, *Problematika Pelaksanaan Fiqh Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1994.

- Basjir, Ahmad Azhar, *Asas-asas Hukum Mu'amalat*, Yogyakarta: UII Press, 1990.
- Djamil, Fatchurrahman, *Muhammadiyah dan Perkembangan Muamalah Kontemporer*, dalam Muhammad Azhar dan Hamim Ilyas (ed.), *Dinamisasi Pengembangan Pemikiran Keislaman Muhammadiyah Purifikasi dan Dinamisasi*, Yogyakarta: LPPI UMY, 2000.
- Djazuli, Ahmad, *Kaidah-kaidah Fiqh: Kaidah-kaidah Hukum Islam dalam Menyelesaikan Masalah-masalah yang Praktis*, Jakarta: Kencana, 2006.
- Hasan, M. Ali, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam (Fiqh Muamalat)*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003.
- Hasan, M. Ali, *Masail Fiqhiyah: Zakat, Pajak, Asuransi, dan Lembaga Keuangan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1997.
- Ibn Taimiyah, *al-Qawa'id al-Nuraniyyah al-fiqhiyyah*, Lahore: Idarah Tarjuman al-Sunnah, t.t.
- Ibrahim, Abi Ishak Ibn Musa al-Andalusi, *Fatawa al-Imam asy-Sya'ibi*, Jakarta: Dinamika Barkah Utama, t.t.
- Ibrahim Husein, "Taqlid dan Ijtihad : Beberapa Pengertian Dasar" Dalam Budhi Munawar rahman (ed) *Kontekstualisasi Doktrin Islam Dalam Sejarah*, Jakarta: Yayasan Wakaf Paramadina.
- Mahfudz, Sahal, *Nuansa Fiqih Sosial*, Yogyakarta: LKis, 1994.
- Maloet, Louis, *al-Muajid fi al-Lugat*, cet. ke-27, Beirut: dar al-Masyriq, 1987.
- Mubarok, Jaih, *Ijtihad Kemanusiaan di Indonesia*, Bandung: Pustaka Bani Quraisy, 2005.
- Muhammad, dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta: BPFE UGM, 2004.
- Nasution, Harun, "Ijtihad Sumber ketiga Ajaran Islam", dalam Haidar Bagir (ed), *Ijtihad Dalam Sorotan*, Bandung: Mizan, 1988.
- Praja, Juhaya S., *Filsafat Hukum Islam*, Bandung: LPPM UNISBA, 1995.
- Sirsabea Alafsana, Ahmad Munif, Mazhab Jogja: *Menggagas Paradigma Ushul Fiqh Kontemporer*, Yogyakarta: Ar-Ruzz Press, 2001.

Wahab al-Farisi, Abdurrahman Abdul, *Soal Jawab Ibadiah dan Muamalah*, Bandung: Gema Risalah Press, 1996.

Wahyudi, Yudian, *Ushul Fikih Versus Hermeneutika: Membaca Islam dari Kanada dan Amerika*, Yogyakarta: Pesantren Newesea Press, 2006.

Zahrah, Abu, *Tarikh al-Mazahib al-Islamiyyah fi al-Siyasah wa al-Aqa'id wa Tarikh al-Mazahib al-Fiqhiyyah*, Kairo: Dar al-Fikri, 1989.

Zuhdi, Masjfuk, *Masail Fiqhiyah: Kapita Selekta Hukum Islam*, Jakarta: Haji Masagung, 1993.

D. Kelompok Hukum dan Undang-undang/ Peraturan:

AL., Nasution, *Konsumen dan Hukum*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1945.

Erwin, Rudy T., *Himpunan Undang-undang dan Peraturan-peraturan Hukum Pidana*, Jakarta: Aksara Baru, 1979.

Hadad, Tini, *Upaya Perlindungan Konsumen Katanya dengan Undang-undang Perlindungan Konsumen*, dalam Susilo, Zumrotun K., dkk., *Perempuan Bergerak Membingkai Gerakan Konsumen dan Penegakan Hak-hak Perempuan*, Sulawesi Selatan: YLK Sulawesi Selatan, 2000.

Mertokusumo, Sudikno, *Mengenal Hukum Suatu Pengantar*, Yogyakarta: Liberty, 1995.

Moeljatno, *Kitab Undang-Undang Hukum Pidana*, Jakarta: Bumi Aksara, 2005.

Peraturan Mensos R.I Nomor 13/Huk/2005.

Sianturi, S.R. *Tindak Pidana di KUHP Berikut Uraianya*. Jakarta: Alumni AHM-PTHM. 1983.

Sidabalok, Janus, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2006.

Syawali, Husni dan Sri Imaniyati, Neni, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung: Mandar Maju, 2000.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Undang-undang Nomor 11 tentang Informasi Transaksi Elektronik.

Undang-undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang IPTEK.

Undang-undang Nomor 22 Tahun 1954 tentang Undian.

Undang-undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran.

Undang-undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi.

Waluyo, Bambang, *Penelitian Hukum dalam Praktek*, Jakarta: Sinar Grafika, 1996.

Widjaja, Gunawan, *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Gramedia, 2001.

E. Kelompok Kamus:

Porwadaminta, W. J. S., *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta: PN Balai Pustaka, 1976.

Warsito, S. Wotjo, *Kamus Bahasa Belanda-Indonesia*, Jakarta: PT. Ichtiar Baru Van Hoeve, 1990.

Warson, Ahmad, *Kamus al-Munawwir*, Yogyakarta: PP. Al-Munawwir Krapyak, 1984.

Zain, Sultan Muhammad dan Badudu, J. S., *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1994.

F. Kelompok Buku dan Lain-lain:

Abdul Salam, Taba. *SMS dan Kebijakan Regulasi*. Alumnus Fakultas Hukum Universitas “45” Makassar dan School of Economics the University of Newcastle, Australia, Published in the Newspaper of Investor Daily Jakarta, Indonesian on 15 July 2006.

Admin, “SMS, Dicintai Sekaligus Dibenci” , <http://detikinet.com.>, akses 12 Juni 2007.

Al-‘assai, Ahmad Muhammad, dan Abdul Karim, Fathi Muhammad, *Sistem Ekonomi Islam*, alih bahasa Abu Ahmadi dan Anshori Umar Sitanggal, Surabaya: Bina Ilmu, 1980.

Al-Jawi, Muhammad Shiddiq, *Kuis Via SMS dan Premium Call dalam Syari’at Islam*, Yogyakarta: Ar Raudhah Pustaka, 2006.

- Al-Qaradawi, Muhammad Yusuf, *Norma dan Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani Press, 1997.
- Al-Qaradawi, Muhammad Yusuf, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*, alih bahasa, Didin hafiduddin, Jakarta: Rabhani Press, 1997.
- An-Nabhani, Taqqiyuddin, *Membangun Sistem Ekonomi Alternatif*, alih bahasa Moh. Maghfur Wachid, Surabaya: Risalah Gusti, 1996.
- Bakker, Anton dan Charis Zubair, Ahmad, *Metode Penelitian Filsafat*, Yogyakarta: Kanisius, 1992.
- Dahlan, Abdul Aziz, *Ensiklopedi Hukum Islam*, Jakaerta: PT. Ichtiar Baru Van Hoehe, 1997.
- Dzulqornain bin Muhammad Sunusi, *Hukum Undian Berhadiah (SMS, Kupon Undian, dll.)*, <http://pengusahamuslim.com/>, akses 15 September 2008.
- Hati-hati jika menerima SMS Hadiah Pulsa !!!.*
<http://vaksin.com/2007/0707/SMS-Tipu2.htm>, akses 19 januari 2008.
- Ilham Ahidin, “Undian Berhadiah sebagai Sarana Promosi (Studi Komparatif Hukum Islam dan Positif)”, Skripsi Fakultas Syari’ah UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2008.
- Kep. Komisi B Ijtima MUI. <http://www.halalguide.info/.htm>, akses 19 Januari 2008.
- Kupon Undian Berhadiah Termasuk judi?.* http://www.risalah.or.id/index.php?option=com_content&task=view&id=21&Itemid=49.htm, akses 19 Januari 2008.
- Marzuki, Peter Mahmud, *Penelitian Hukum*, Jakarta: Kencana, 2007.
- Muhammad bi Yazid al-Qaradawi ibnu Majah, Abi Abdillah, *Sunan ibn Majah*, Semarang: Toha Putra, t.t., “Kitab al-Tijarah”, Bab “al-Hukruhwa al-Jalbu”, diriwayatkan oleh Ibnu Majah Ma’mar bin Abdillah Nadah.
- Muhsin Sulaiman, Thahir Abdul, *Menanggulangi Krisis Ekonomi Secara Islam*, alih bahasa Anshori Umar Sitanggal, Bandung: al-Ma’arif, 1985.
- Mukaromah, “Hadiah sebagai Promosi untuk Menarik Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam (Studi terhadap Pasal 13 dan 14 Undang-undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen)”, Skripsi Fakultas Syari’ah UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2006.

Raharjo, M. Dawam, *Etika Ekonomi dan Manajemen*, Yogyakarta: Tiara Wacana, 1990.

Romli, SA., *Konsep maqasid as-syari'ah*, Nurani: Jurnal Kajian Syari'ah dan Masyarakat, vol. 3, no. 2, Desember 2003.

SMS, *Dicintai Sekaligus Dibenci*, <http://www.agenpulsa.info/.htm>, akses 19 Januari 2008.

Sudarto, *Metode Penelitian Filsafat*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1996.

Sutrisno, *Metodologi Research*, Yogyakarta: LKis, 1999.

Widiyanti, Arin, *Apa keluhan terbesar konsumen SMS premium?*, www.detiknet.com, akses, 15 September 2008.

LAMPIRAN - LAMPIRAN

LAMPIRAN I

TERJEMAHAN TEKS ARAB

BAB I

No.	Hlm.	Fn.	Terjemahan
1.	11	16	Sesungguhnya nash itu telah berakhir sedangkan peristiwa itu tidak pernah berakhir.
2.	12	18	Dan (diharamkan juga) mengundi nasib dengan anak panah, (mengundi nasib dengan anak panah itu) adalah kefasikan.
3.	12	19	Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah perbuatan keji termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan.
4.	13	20	Dari padanya r.a., (Aisyah) ia berkata: “adalah Rasulullah saw. Apabila hendak bepergian, beliau mengundi istri-istrinya, dan mana saja yang menang dalam undian itu, beliau bepergian dengannya”. Muttafaq’alaih.
5.	14	22	Janganlah kamu melakukan penipuan.
6.	14	23	Tidak memudharatkan dan tidak dimudharatkan.
7.	15	24	Manfaat suatu benda merupakan faktor pengganti kerugian.

BAB II

No.	Hlm.	Fn.	Terjemahan
1.	32	21	Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi.
2.	33	22	Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, (daging hewan) yang disembelih atas nama selain Allah.
3.	33	23	Dan belanjakanlah (harta bendamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu menjatuhkan dirimu sendiri ke dalam kebinasaan.
4.	45	38	Mereka bertanya kepadamu tentang khamar dan judi. Katakanlah: “Pada keduanya itu terdapat dosa besar dan beberapa manfaat bagi manusia, tetapi dosa keduanya lebih besar dari manfaatnya”. Dan mereka bertanya kepadamu apa yang mereka nafkahkan. Katakanlah: “Yang lebih dari keperluan”. Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu supaya kamu berfikir.

5.	50	42	Rasulullah saw. melarang dari jual beli dengan cara al-Hasot (melempar) dan jual beli dengan cara garar (ada unsur penipuan).
6.	50	43	Dari padanya r.a., ia berkata; “Adalah Rasulullah saw. apabila hendak bepergian, beliau mengundi istri-istrinya, dan mana saja yang menang dalam undian itu, beliau bepergian dengannya”. Muttafaq’alaih.

BAB III

No.	Hlm.	Fn.	Terjemahan
1.	65	6	Dan mereka minta fatwa kepadamu tentang para wanita. Katakanlah: Allah memberi fatwa kepadamu tentang mereka ...
2.	65	7	Mereka meminta fatwa kepadamu (tentang kalalah).
3.	68	9	Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah perbuatan keji termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan.
4.	68	10	... dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.
5.	68	11	... dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhanmu.
6.	69	12	Setiap permainan adalah taruhan.
7.	69	13	Setiap permainan yang menguntungkan satu pihak dan merugikan pihak lain.
8.	70	15	Qimar adalah setiap permainan yang pemainnya bisa untung dan bisa juga rugi.
9.	72	18	Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah perbuatan keji termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan.
10.	72	19	Dialah Yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezki-Nya. Dan hanya kepada-Nyalah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.
11.	74	22	Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah perbuatan keji termasuk perbuatan

			syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan.
12.	75	25	Dari padanya r.a., (Aisyah) ia berkata: “adalah Rasulullah saw. Apabila hendak bepergian, beliau mengundi istrinya, dan mana saja yang menang dalam undian itu, beliau bepergian dengannya”. Muttafaq’alaih.
13.	79	28	Penyeru-penyeru itu berkata: “Kami kehilangan piala raja, dan siapa yang dapat mengembalikannya akan memperoleh bahan makanan (seberat) beban unta, dan aku menjamin terhadapnya”.

BAB IV

No.	Hlm.	Fn.	Terjemahan
1.	105	4	Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain diantara kamu dengan jalan yang bathil, dan janganlah kamu membawa urusan harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian dari harta benda orang lain dengan jalan (berbuat dosa), padahal kamu mengetahui.
2.	112	5	Sesungguhnya orang-orang munafik itu (ditempatkan) pada tingkatan yang paling bawah dari neraka, dan kamu sekali-kali tidak akan mendapat seorang penolongpun bagi mereka.
3.	112	6	... kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya.
4.	112	7	Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda.
5.	112	8	Kemaslahatan publik lebih diutamakan daripada kemaslahatan individu.

LAMPIRAN II

BIOGRAFI TOKOH

A. Muhammad Yusuf al-Qaradawi

Lahir di Mesir tahun 1926. Ketika berusia 10 tahun ia telah dapat menghafal al-Qur'an . Seusai menamatkan pendidikan di Ma'had tanta dan Sanawi, beliau meneruskan pendidikannya di fakultas Ushuludin Universitas Al-azhar, Kairo hingga menyelesaikan program doktor pada tahun 1973, dengan disertasinya “*zakat dan Pengaruhnya dalam mengatasi Problematika Sosial*”. Pada tahun 1975, ia memasuki Institut Pembahasan dan pengkajian arab Tinggi dengan meraih diploma Tinggi Bahasa dan sastra Arab.

Pemikiran dalam bidang keagamaan dan politik banyak diwarnai oleh pemikiran Syaikh Hasal al-Bana. Walaupun sangat mengagumi tokoh Al-Azhar, tetapi ia tidak pernah taqlid , misalnya kewajiban mengeluarkan zakat profesi yang tidak dijumpai dalam fikih klasik maupun pemikiran 'Ulama lainnya. Menurutnya, atas harta kekayaan yang diperoleh dari sumber yang sah apabila telah mencapai nashab maka wajib zakat.

Secara logika menurutnya tidak wajar jika dokter, pengacara, konsultan yang memperoleh secara mudah dan jumumlah penghasilan rata-rata melebihi petani tidak dibebankan zakat, sebaliknya petani kecil yang membanting tulang dituntut 5% atau 10% dari hasil. Demikian juga tentang pemabhasan laba usaha yang tidak ada batasnya secara konkret dalam nash, untuk itu sah untuk memperbanyak lagi.

Sampai saat ini ia menulis lebih dari 50 judul buku, diantaranya:

1. Fatwa-Fatwa Kontemporer.
2. Norma dan Etika Ekonomi Islam.
3. Peran nilai dan Moral Dalam perekonomian Islam.

B. Wahbah Az-Zuhaili

Beliau dilahirkan pada tahun 1351 H/ 1932 M, di Dir Athiyah Damaskus (Syuri'ah), ayahnya bernama Syekh Musthafa az-Zuhaili, seorang ulama yang hafal al-Qur'an dan ahli ibadah, hidup sebagai petani. Sewaktu kecil beliau belajar di Ibtida'iyyah dan Tsanawiyah Syar'iyyah Universitas al-Azhar pada tahun 1956 M. Pada tahun 1963 M, beliau diangkat sebagai dosen di Fakultas Syari'ah Universitas Damaskus dan secara berturut-turut menjadi wakil Dekan, kemudian Dekan dan Ketua Jurusan Fiqh Islamiyyah wa Madzhabih di Fakultas yang sama. Beliau mengabdi selama lebih dari 7 tahun dan dikenal alim dalam bidang Fiqih, Tafsir, dan Dirasah Islamiyyah. Sebagai ulama dan pemikir Islami, az-Zuhaili telah menulis lebih dari 30 tulisan. Diantara karya-karyanya adalah:

1. *Ushul al-Fiqh al-Islami*;
2. *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*;
3. *at-Tafsir al-Munir fi al-'aqidah asy-Syari'ah wa al-Manhaj*; dan
4. *Asar al-Harb fi al-Fiqh al-Islami*;

C. Ibnu Ishaq As-Syatibi

Nama lengkapnya Abu Ishaq Ibrahim Ibnu Musa Muhamad Al-zahimi as-Syatibi al-Granati. Mengenai tempat dan tanggal serta latar belakang kehidupan keluarganya belum banyak diketahui. Beliau dewasa dan memperoleh seluruh pendidikannya di Granada ibu kota kerajaan Bani Nasr. Al-Ghazali adalah ahli ushul Fiqh yang paling sering disebut-sebut oleh as-Syatibi. Ia hidup sezaman dengan Ibnu Khuldun dan Ibnu Taymiyah. Ia adalah ahli ushul fiqh, fiqh dan teolog, Mufasir, ahli bahasa, peneliti, komentator dan ahli diskusi. Ia adalah tokoh terkenal dan banyak pengaruhnya dalam mazhab Maliki. Ia wafat pada hari Senin, tanggal 8 Sya'ban 790 H. Bertepatan dengan tanggal 30 Agustus 1388 M. Karya terkenal yang ia tulis diantaranya *Al-muwafaqat fi Ushul as-Syari'ah*.

D. Imam al-Bukhari

Nama lengkapnya Abu-*Abdillah* Muhammad bin Ibrahim bin al-Mugirah. Beliau dilahirkan di Bukhara pada tahun 194 H dan wafat pada tahun 256 H di kota Khartanah. Ketika berumur 10 tahun beliau mulai menghafal kitab-kitab karya al-Muba'rak dan al-Waki' serta menemui ulama hadis diberbagai kota, seperti Basrah, Kufah Mesir, Madinah dan lain sebagainya. Beliau termasuk salah satu ulama dan penghafal Hadis yang paling terkenal dalam menentukan Hadis yang paling sahih. Di antara guru-gurunya adalah Ahmad bin Hanbal dan Ibn Ruwaih. Pada usia 18 tahun, dia telah menulis sebuah buku berjudul *Kazaya* *Sahaba* wa *Tabi'in*, sedangkan karyakarya beliau yang lain yaitu: *Al-Adab al-Mabsut*, *Al-Fawa'id*, *At-Tarikh al-Ausat*, *At-Tarikh as-Sagir*, *Al-Jamil al-Kabir*, dan lain-lain.

Kep. Komisi B Ijtima MUI
Monday, 03 July 2006
KEPUTUSAN KOMISI B

IJTIMA' ULAMA KOMISI FATWA SE-INDONESIA II TAHUN 2006
Tentang

MASA'IL WAQITYYAH MU'ASHIRAH

SMS BERHADIAH

A. DISKRIPSI MASALAH

Yang dimaksud dengan SMS.berhadiah adalah suatu model pengiriman SMS mengenai berbagai masalah tertentu, yang disertai dengan janji pemberian hadiah, baik melalui undian ataupun melalui akumulasi jumlah (frekwensi) pengiriman SMS yang paling tinggi, sementara biaya pengiriman SMS di luar ketentuan normal, dan sumber hadiah tersebut berasal dari akumulasi hasil perolehan SMS dari peserta atau sebagiannya berasal dari sponsor.

B. KETENTUAN HUKUM

-
SMS berhadiah hukumnya haram karena mengandung unsur judi (maisir), tabdzir, garar, darar, igra' dan israf.

-
Maisir yaitu mengundi nasib dimana konsumen akan berharap-harap cemas memperoleh hadiah besar dengan cara mudah.

-
Tabdzir yaitu permainan SMS berhadiah cenderung membentuk perilaku mubadzir yang menya-nyiakan harta dalam kegiatan yang berunsur maksiat/haram.

-
Garar yaitu permainan yang tidak jelas (bersifat mengelabui), dimaksudkan untuk mencari keuntungan sebesar-besarnya oleh produsen/penyedia jasa melalui trik pemberian hadiah atau bonus.

-
Darar yaitu membahayakan orang lain akibat dari permainan judi terselubung yang menyesatkan dengan pemberian hadiah kemenangan di atas kerugian dan kekalahan yang diderita oleh peserta lain.

- *Igra'* yaitu membuat angan-angan kosong dimana konsumen dengan sendirinya akan berfantasi-ria mengharap dapat hadiah yang menggiurkan. Akibatnya, menimbulkan mental malas bekerja karena untuk mendapatkan hadiah tersebut dengan cukup menunggu pengumuman. *Israf*, yaitu pemborosan, dimana peserta mengeluarkan uang diluar kebutuhan yang wajar.

- Hukum tersebut dikecualikan jika hadiah bukan ditarik dari peserta SMS berhadiah.

- SMS berhadiah yang diharamkan dapat berbentuk bisnis kegiatan kontes, kuis, olahraga, permainan (games), kompetisi dan berbagai bentuk kegiatan lainnya, yang menjanjikan hadiah yang diundi diantara para peserta pengirim SMS baik dalam bentuk materi (uang),

natura, paket wisata dan lain sebagainya.

- Hadiah dari SMS yang diharamkan adalah yang berasal dari hasil peserta pengirim SMS yang bertujuan mencari hadiah yang pada umumnya menggunakan harga premium yang melebihi biaya normal dari jasa/manfaat yang diterima.

- Hukum haram untuk SMS berhadiah ini berlaku secara umum bagi pihak-pihak yang terlibat baik bisnis penyelenggara acara, provider telekomunikasi, peserta pengirim, maupun pihak pendukung lainnya.

C. DASAR HUKUM

- "Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kalian mendapat keberuntungan."(QS. Al-Maidah [17]: 90).

- " Dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhanmu."(QS. Al-Isra' [17]: 26-27).

- Dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan." (QS. Al-A'raf [7]: 31).

- "tidak boleh ada bahaya dan saling membahayakan".

- Dr. As-Sheikh Yusuf al-Qaradawi, Prof. Dr. Ali as-Salus dan Sheikh Muhammad Salleh Al-Munjid mengeluarkan fatwa yang mengharamkannya karena dianggap sebagai judi terselubung.(dicek lebih lanjut).

UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA

NOMOR 8 TAHUN 1999

TENTANG

PERLINDUNGAN KONSUMEN

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,

Menimbang:

- a. bahwa pembangunan nasional bertujuan untuk mewujudkan suatu masyarakat adil dan makmur yang merata material dan spiritual dalam era demokrasi ekonomi berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945;
- b. bahwa pembangunan perekonomian nasional pada era globalisasi harus dapat mendukung, tumbuhnya dunia usaha sehingga mampu menghasilkan beraneka barang dan/ atau jasa yang, memiliki kandungan teknologi yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat banyak dan sekaligus mendapatkan kepastian atas barang dan/ atau jasa yang diperoleh dari perdagangan tanpa mengakibatkan kerugian konsumen;
- c. bahwa semakin terbukanya pasar nasional sebagai akibat dari proses globalisasi ekonomi harus tetap menjamin peningkatan kesejahteraan masyarakat serta kepastian atas mutu, jumlah, dan keamanan barang dan/ atau jasa yang diperolehnya di pasar;
- d. bahwa untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuhkembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggungjawab;
- e. bahwa ketentuan hukum yang melindungi kepentingan konsumen di Indonesia belum memadai;
- f. bahwa berdasarkan pertimbangan tersebut di atas diperlukan perangkat peraturan perundang-undangan untuk mewujudkan keseimbangan perlindungan kepentingan konsumen dan pelaku usaha sehingga tercipta perekonomian yang sehat;
- g. bahwa untuk itu perlu dibentuk Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen;

Mengingat:

Pasal 5 Ayat (1), Pasal 21 Ayat (1), Pasal 27, dan Pasal 33 Undang Undang Dasar 1945;

Dengan persetujuan

DEWAN PERWAKILAN RAKYAT REPUBLIK INDONESIA

MEMUTUSKAN:

Menetapkan: UNDANG-UNDANG TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN.

BAB I

KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam Undang-undang ini yang dimaksud dengan:

1. Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.
2. Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/ atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.
3. Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.
4. Barang adalah setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan atau dimanfaatkan oleh konsumen.
5. Jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.
6. Promosi adalah kegiatan pengenalan atau penyebarluasan informasi suatu barang dan/ atau jasa untuk menarik minat beli konsumen terhadap barang dan/ atau jasa yang akan dan sedang diperdagangkan.
7. Impor barang adalah kegiatan memasukkan barang ke dalam daerah pabean.
8. Impor jasa adalah kegiatan penyediaan jasa asing untuk digunakan di dalam wilayah Republik Indonesia.
9. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat adalah lembaga non-Pemerintah yang terdaftar dan diakui oleh Pemerintah yang mempunyai kegiatan menangani perlindungan konsumen.
10. Klausula Baku adalah setiap aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam suatu dokumen dan/ atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen.

11. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen adalah badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen.
12. Badan Perlindungan Konsumen Nasional adalah badan yang dibentuk untuk membantu upaya pengembangan perlindungan konsumen.
13. Menteri adalah menteri yang ruang lingkup tugas dan tanggung jawabnya meliputi bidang perdagangan.

BAB II

ASAS DAN TUJUAN

Pasal 2

Perlindungan konsumen berdasarkan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.

Pasal 3

Perlindungan konsumen bertujuan:

- a. meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b. mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari ekses negatif pemakaian barang dan/ atau jasa;
- c. meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- d. menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- e. menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
- f. meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang, menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/ atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

BAB III

HAK DAN KEWAJIBAN

Bagian Pertama

Hak dan Kewajiban Konsumen

Pasal 4

Hak konsumen adalah:

- a. hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/ atau jasa;
- b. hak untuk memilih barang dan/ atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- c. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/ atau jasa;
- d. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/ atau jasa yang digunakan;
- e. hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f. hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g. hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h. hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/ atau penggantian, apabila barang dan/ atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Pasal 5

Kewajiban konsumen adalah:

- 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 dan/ atau jasa;
- c. membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d. mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Bagian Kedua

Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Pasal 6

Hak pelaku usaha adalah:

- a. hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;

- c. hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/ atau jasa yang diperdagangkan;
- e. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Pasal 7

Kewajiban pelaku usaha adalah:

- a. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/ atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. menjamin mutu barang dan/ atau jasa yang diproduksi dan/ atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/ atau jasa yang berlaku;
- e. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/ atau mencoba barang dan/ atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/ atau garansi atas barang yang dibuat dan/ atau yang diperdagangkan;
- f. memberi kompensasi, ganti rugi dan/ atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/ atau jasa yang diperdagangkan;
- g. memberi kompensasi, ganti rugi dan/ atau penggantian apabila barang dan/ atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

BAB IV

PERBUATAN YANG DILARANG

BAGI PELAKU USAHA

Pasal 8

1. Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/ atau memperdagangkan barang dan/ atau jasa yang:
 - a. tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
 - b. tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
 - c. tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;

- d. tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/ atau jasa tersebut;
 - e. tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/ atau jasa tersebut;
 - f. tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/ atau jasa tersebut;
 - g. tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/ pemanfaatan yang paling baik atas barang tersebut;
 - h. tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label;
 - i. tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/ isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus di pasang/ dibuat;
 - j. tidak mencantumkan informasi dan/ atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
2. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang, rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.
 3. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.
 4. Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/ atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

Pasal 9

1. Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/ atau jasa secara tidak benar, dan/ atau seolah-olah:
 - a. barang tersebut telah memenuhi dan/ atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu;
 - b. barang tersebut dalam keadaan baik dan/ atau baru;
 - c. barang dan/ atau jasa tersebut telah mendapatkan dan/ atau memiliki sponsor persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri kerja atau aksesoris tertentu;
 - d. barang dan/ atau jasa tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan atau afiliasi;
 - e. barang dan/ atau jasa tersebut tersedia;
 - f. barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi;

- g. barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu;
 - h. barang tersebut berasal dari daerah tertentu;
 - i. secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang dan/ atau jasa lain;
 - j. menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman tidak berbahaya, tidak mengandung risiko atau efek sampingan tanpa keterangan yang lengkap;
 - k. menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.
2. Barang dan/ atau jasa sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilarang untuk diperdagangkan.
 3. Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap ayat (1) dilarang melanjutkan penawaran, promosi, dan pengiklanan barang dan/atau jasa tersebut.

Pasal 10

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

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

Pasal 11

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

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

Pasal 12

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

Pasal 13

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

Pasal 14

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

- a. tidak melakukan penarikan hadiah setelah batas waktu yang dijanjikan;
- b. mengumumkan hasilnya tidak melalui media masa;
- c. memberikan hadiah tidak sesuai dengan yang dijanjikan;
- d. mengganti hadiah yang tidak setara dengan nilai hadiah yang dijanjikan;

Pasal 15

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

Pasal 16

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

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

Pasal 17

1. Pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang:

- a. mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/ atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/ atau jasa;
 - b. mengelabui jaminan/ garansi terhadap barang dan/ atau jasa;
 - c. memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/ atau jasa;
 - d. tidak memuat informasi mengenai risiko pemakaian barang dan/ atau jasa;
 - e. mengeksplorasi kejadian dan/ atau seseorang tanpa seizin yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan;
 - f. melanggar etika dan/ atau ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai periklanan.
2. Pelaku usaha periklanan dilarang melanjutkan peredaran iklan yang telah melanggar ketentuan pada ayat (1).

BAB V

KETENTUAN PENCANTUMAN KLAUSULA BAKU

Pasal 18

1. Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/ atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang membuat atau mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan/ atau perjanjian apabila:
 - a. menyatakan pengalihan tanggungjawab pelaku usaha;
 - b. menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen;
 - c. menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali uang yang dibayarkan atas barang dan/ atau jasa yang dibeli oleh konsumen;
 - d. menyatakan pemberian kuasa dari konsumen kepada pelaku usaha baik secara langsung, maupun tidak langsung untuk melakukan segala tindakan sepihak yang berkaitan dengan barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran;
 - e. mengatur perihal pembuktian atas hilangnya kegunaan barang atau pemanfaatan jasa yang dibeli oleh konsumen;
 - f. memberi hak kepada pelaku usaha untuk mengurangi manfaat jasa atau mengurangi harta kekayaan konsumen yang menjadi obyek jual beli jasa;
 - g. menyatakan tunduknya konsumen kepada peraturan yang berupa aturan baru, tambahan, lanjutan dan/ atau pengubahan lanjutan yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha dalam masa konsumen memanfaatkan jasa yang dibelinya;
 - h. menyatakan bahwa konsumen memberi kuasa kepada pelaku usaha untuk pembebasan hak tanggungan, hak gadai, atau hak jaminan terhadap barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran.

2. Pelaku usaha dilarang mencantumkan klausula baku yang letak atau bentuknya sulit terlihat atau tidak dapat dibaca secara jelas, atau yang pengungkapannya sulit dimengerti.
3. Setiap klausula baku yang telah ditetapkan oleh pelaku usaha pada dokumen atau perjanjian yang memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) dinyatakan batal demi hukum.
4. Pelaku usaha wajib menyesuaikan klausula baku yang bertentangan dengan Undang-undang ini.

BAB VI

TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA

Pasal 19

1. Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/ atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/ atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
2. Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/ atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/ atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
3. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
4. Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
5. Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Pasal 20

Pelaku usaha periklanan bertanggung jawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut.

Pasal 21

1. Importir barang bertanggung jawab sebagai pembuat barang yang diimpor apabila importasi barang tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan produsen luar negeri.
2. Importir jasa bertanggung jawab sebagai penyedia jasa asing apabila penyediaan jasa asing tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan penyedia jasa asing.

Pasal 22

Pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam kasus pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 ayat (4), Pasal 20, dan Pasal 21 merupakan beban dari tanggung jawab pelaku usaha tanpa menutup kemungkinan bagi jaksa untuk melakukan pembuktian.

Pasal 23

Pelaku usaha yang menolak dan/ atau tidak memberi tanggapan dan/ atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 ayat (1), ayat (2), ayat (3), dan ayat (4), dapat digugat melalui badan penyelesaian sengketa konsumen atau mengajukan ke badan peradilan di tempat kedudukan konsumen.

Pasal 24

1. Pelaku usaha yang menjual barang dan/ atau jasa kepada pelaku usaha lain bertanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/ atau gugatan konsumen apabila:
 - a. pelaku usaha lain menjual kepada konsumen tanpa melakukan perubahan apa pun atas barang dan/ atau jasa tersebut;
 - b. pelaku usaha lain, di dalam transaksi jual beli tidak mengetahui adanya perubahan barang dan/ atau jasa yang dilakukan oleh pelaku usaha atau tidak sesuai dengan contoh, mutu, dan komposisi.
2. Pelaku usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dibebaskan dari tanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/ atau gugatan konsumen apabila pelaku usaha lain yang membeli barang dan/ atau jasa menjual kembali kepada konsumen dengan melakukan perubahan atas barang dan/ atau jasa tersebut.

Pasal 25

1. Pelaku usaha yang memproduksi barang yang pemanfaatannya berkelanjutan dalam batas waktu sekurang-kurangnya 1 (satu) tahun wajib menyediakan suku cadang dan/ atau fasilitas purna jual dan wajib memenuhi jaminan atau garansi sesuai dengan yang diperjanjikan.
2. Pelaku usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) bertanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/ atau gugatan konsumen apabila pelaku usaha tersebut:
 - a. tidak menyediakan atau lalai menyediakan suku cadang dan/ atau fasilitas perbaikan;
 - b. tidak memenuhi atau gagal memenuhi jaminan atau garansi yang diperjanjikan.

Pasal 26

Pelaku usaha yang memperdagangkan jasa wajib memenuhi jaminan dan/atau garansi yang disepakati dan/ atau yang diperjanjikan.

Pasal 27

Pelaku usaha yang memproduksi barang dibebaskan dari tanggung jawab atas kerugian yang diderita konsumen, apabila:

- a. barang tersebut terbukti seharusnya tidak diedarkan atau tidak dimaksudkan unluk diedarkan;
- b. cacat barang timbul pada kemudian hari;
- c. cacat timbul akibat ditaatinya ketentuan mengenai kualifikasi barang;
- d. kelalaian yang diakibatkan oleh konsumen;
- e. lewatnya jangka waktu penuntutan 4 (empat) tahun sejak barang dibeli atau lewatnya jangka waktu yang diperjanjikan.

Pasal 28

Pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam gugatan ganti rugi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19, Pasal 22, dan Pasal 23 merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha.

BAB VII

PEMBINAAN DAN PENGAWASAN

Bagian Pertama

Pembinaan

Pasal 29

1. Pemerintah bertanggung jawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajiban konsumen dan pelaku usaha.
2. Pembinaan oleh pemerintah atas penyelenggaraan perlindungan konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan oleh Menteri dan/atau menteri teknis terkait.
3. Menteri sebagaimana dimaksud pada ayat (2) melakukan koordinasi atas penyelenggaraan perlindungan konsumen.
4. Pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat (2) meliputi upaya untuk:
 - a. terciptanya iklim usaha dan timbulnya hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen;
 - b. berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;

- c. meningkatnya kualitas sumber daya manusia serta meningkatnya kegiatan penelitian dan pengembangan di bidang perlindungan konsumen.
5. Ketentuan lebih lanjut mengenai pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Bagian Kedua

Pengawasan

Pasal 30

1. Pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen serta penerapan ketentuan peraturan perundang-undangannya diselenggarakan oleh pemerintah, masyarakat, dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat.
2. Pengawasan oleh pemerintah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan oleh Menteri dan/ atau menteri teknis terkait.
3. Pengawasan oleh masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dilakukan terhadap barang dan/atau jasa yang beredar di pasar.
4. Apabila hasil pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (3) ternyata menyimpang dari peraturan perundang-undangan yang berlaku dan membahayakan konsumen, Menteri dan/ atau menteri teknis mengambil tindakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
5. Hasil pengawasan yang diselenggarakan masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dapat disebarluaskan kepada masyarakat dan dapat disampaikan kepada Menteri dan menteri teknis.
6. Ketentuan pelaksanaan tugas pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), ayat (2), dan ayat (3) ditetapkan dengan Peraturan Pemerintah.

BAB VIII

BADAN PERLINDUNGAN KONSUMEN NASIONAL

Bagian Pertama

Nama, Kedudukan, Fungsi, dan Tugas

Pasal 31

Dalam rangka mengembangkan upaya perlindungan konsumen dibentuk Badan Perlindungan Konsumen Nasional.

Pasal 32

Badan Perlindungan Konsumen Nasional berkedudukan di Ibu Kota Negara Republik Indonesia dan bertanggung jawab kepada Presiden.

Pasal 33

Badan Perlindungan Konsumen Nasional mempunyai fungsi memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen di Indonesia.

Pasal 34

1. Untuk menjalankan fungsi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 33, Badan Perlindungan Konsumen Nasional mempunyai tugas:
 - a. memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka penyusunan kebijaksanaan di bidang perlindungan konsumen;
 - b. melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang perlindungan konsumen;
 - c. melakukan penelitian terhadap barang dan/atau jasa yang menyangkut keselamatan konsumen;
 - d. mendorong berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
 - e. menyebarluaskan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen dan memasyarakatkan sikap keberpihakan kepada konsumen;
 - f. menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, atau pelaku usaha;
 - g. melakukan survei yang menyangkut kebutuhan konsumen.
2. Dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Badan Perlindungan Konsumen Nasional dapat bekerja sama dengan organisasi konsumen internasional.

Bagian Kedua

Susunan Organisasi dan Keanggotaan

Pasal 35

1. Badan Perlindungan Konsumen Nasional terdiri atas seorang ketua merangkap anggota, seorang wakil ketua merangkap anggota, serta sekurang-kurangnya 15 (lima belas) orang dan sebanyak-banyaknya 25 (dua puluh lima) orang anggota yang mewakili semua unsur.

2. Anggota Badan Perlindungan Konsumen Nasional diangkat dan diberhentikan oleh Presiden atas usul Menteri, setelah dikonsultasikan kepada Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia.
3. Masa jabatan ketua, wakil ketua, dan anggota Badan Perlindungan Konsumen Nasional selama 3 (tiga) tahun dan dapat diangkat kembali untuk 1 (satu) kali masa jabatan berikutnya.
4. Ketua dan wakil ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional dipilih oleh anggota.

Pasal 36

Anggota Badan Perlindungan Konsumen Nasional terdiri atas unsur:

- a. pemerintah;
- b. pelaku usaha;
- c. Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
- d. akademisi; dan
- e. tenaga ahli.

Pasal 37

Persyaratan keanggotaan Badan Perlindungan Konsumen Nasional adalah: a. warga negara Republik Indonesia; b. berbadan sehat; c. berkelakuan baik; d. tidak pernah dihukum karena kejahatan; e. memiliki pengetahuan dan pengalaman di bidang perlindungan konsumen; dan f. berusia sekurang-kurangnya 30 (tiga puluh) tahun.

Pasal 38

Keanggotaan Badan Perlindungan Konsumen Nasional berhenti karena:

- a. meninggal dunia;
- b. mengundurkan diri atas permintaan sendiri;
- c. bertempat tinggal di luar wilayah negara Republik Indonesia;
- d. sakit secara terus menerus;
- e. berakhir masa jabatan sebagai anggota; atau
- f. diberhentikan.

Pasal 39

1. Untuk kelancaran pelaksanaan tugas, Badan Perlindungan Konsumen Nasional dibantu oleh sekretariat.
2. Sekretariat sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dipimpin oleh seorang sekretaris yang diangkat oleh Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional.
3. Fungsi, tugas, dan tata kerja sekretariat sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dalam keputusan Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional.

Pasal 40

1. Apabila diperlukan Badan Perlindungan Konsumen Nasional dapat membentuk perwakilan Ibu Kota Daerah Tingkat I untuk membantu pelaksanaan tugasnya.
2. Pembentukan perwakilan sebagaimana dimaksud pada ayat 1 ditetapkan lebih lanjut dengan keputusan Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional.

Pasal 41

Dalam pelaksanaan tugas, Badan Perlindungan Konsumen Nasional berkerja berdasarkan tata kerja yang diatur dengan keputusan Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional.

Pasal 42

Biaya untuk pelaksanaan tugas Badan Perlindungan Konsumen Nasional dibebankan kepada anggaran pendapatan dan belanja negara dan sumber lain yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Pasal 43

Ketentuan lebih lanjut mengenai pembentukan Badan Perlindungan Konsumen Nasional diatur dalam Peraturan Pemerintah.

BAB IX

LEMBAGA PERLINDUNGAN KONSUMEN

SWADAYA MASYARAKAT

Pasal 44

1. Pemerintah mengakui lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat.
2. Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat memiliki kesempatan untuk berperan aktif dalam mewujudkan perlindungan konsumen.
3. Tugas lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat meliputi kegiatan:
 - a. menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/ atau jasa;
 - b. memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukannya;
 - c. bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen;

- d. membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen;
 - e. melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.
4. Ketentuan lebih lanjut mengenai tugas lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat sebagaimana dimaksud pada ayat 3 diatur dalam Peraturan Pemerintah.

BAB X

MENYELESAIAN SENGKETA

Bagian Pertama

Umum

Pasal 45

- 1. Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.
- 2. Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.
- 3. Penyelesaian sengketa di luar pengadilan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak menhilangkan tanggung jawab pidana sebagaimana diatur dalam Undang-undang.
- 4. Apabila telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya tersebut dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa.

Pasal 46

- 1. Gugatan atas pelanggaran pelaku usaha dapat dilakukan oleh:
 - a. seorang konsumen yang dirugikan atau ahli waris yang bersangkutan;
 - b. sekelompok konsumen yang mempunyai kepentinyan yang sama;
 - c. Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat, yaitu berbentuk badan hukum atau yayasan, yang dalam anggaran dasarnya menyebutkan dengan tegas bahwa tujuan didirikannya organisasi tersebut adalah untuk kepentingan perlindungan konsumen dan telah melaksanakan kegiatan sesuai dengan anggaran dasarnya;
 - d. pemerintah dan/ atau instansi terkait apabila barang dan/ atau jasa yang dikonsumsi atau dimanfaatkan mengakibatkan kerugian materi yang besar dan/ atau korban yang tidak sedikit.

2. Gugatan yang diajukan oleh sekelompok konsumen, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat atau pemerintah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf (b), huruf (c), atau huruf (d) diajukan kepada peradilan umum.
3. Ketentuan lebih lanjut mengenai kerugian materi yang besar dan/atau korban yang tidak sedikit sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf (d) diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Bagian Kedua

Penyelesaian Sengketa di luar Pengadilan

Pasal 47

Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen.

Bagian Ketiga

Penyelesaian Sengketa Melalui Pengadilan

Pasal 48

Penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan mengacu pada ketentuan tentang peradilan umum yang berlaku dengan memperhatikan ketentuan dalam Pasal 45.

BAB XI

BADAN PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN

Pasal 49

1. Pemerintah membentuk badan penyelesaian sengketa konsumen di Daerah Tingkat II untuk penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan.
2. Untuk, dapat diangkat menjadi anggota badan penyelesaian sengketa konsumen, seseorang harus memenuhi syarat sebagai berikut:
 - a. warga negara Republik Indonesia;
 - b. berbadan sehat;
 - c. berkelakuan baik;
 - d. tidak pernah dihukum karena kejahatan;
 - e. memiliki pengetahuan dan pengalaman di bidang perlindungan konsumen;
 - f. berusia sekurang-kurangnya 30 (tiga puluh) tahun.

3. Anggota sebagaimana dimaksud pada ayat 2 terdiri atas unsur pemerintah, unsur konsumen, dan unsur pelaku usaha.
4. Anggota setiap unsur sebagaimana dimaksud pada ayat 3 berjumlah sedikit-dikitnya 3 (tiga) orang, dan sebanyak-banyaknya 5 (lima) orang.
5. Pengangkatan dan pemberhentian anggota badan penyelesaian sengketa konsumen ditetapkan oleh Menteri.

Pasal 50

Badan penyelesaian sengketa konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 49 ayat (1) terdiri atas:

- a. ketua merangkap anggota;
- b. wakil ketua merangkap anggota;
- c. anggota.

Pasal 51

1. Badan penyelesaian sengketa konsumen dalam menjalankan tugasnya dibantu oleh sekretariat.
2. Sekretariat badan penyelesaian sengketa konsumen terdiri atas kepala sekretariat dan anggota sekretariat.
3. Pengangkatan dan pemberhentian kepala sekretariat dan anggota sekretariat badan penyelesaian sengketa konsumen ditetapkan oleh Menteri.

Pasal 52

Tugas dan wewenang badan penyelesaian sengketa konsumen meliputi:

- a. melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen, dengan cara melalui mediasi atau arbitrase atau konsiliasi;
- b. memberikan konsultasi perlindungan konsumen;
- c. melakukan pengawasan terhadap pencantuman klausula baku;
- d. melaporkan kepada penyidik umum apabila terjadi pelanggaran ketentuan dalam Undang-undang ini;
- e. menerima pengaduan baik tertulis maupun tidak tertulis, dari konsumen tentang terjadinya pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- f. melakukan penelitian dan pemeriksaan sengketa perlindungan konsumen;
- g. memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- h. memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli dan/ atau setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran terhadap Undang-undang ini;
- i. meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli, atau setiap orang sebagaimana dimaksud pada huruf g dan huruf h, yang tidak bersedia memenuhi panggilan badan penyelesaian sengketa konsumen;

- j. mendapatkan, meneliti dan/ atau menilai surat, dokumen, atau alat bukti lain guna penyelidikan dan/ atau pemeriksaan;
- k. memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian di pihak konsumen;
- l. memberitahukan putusan kepada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- m. menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan Undang-undang ini.

Pasal 53

Ketentuan lebih lanjut mengenai pelaksanaan tugas dan wewenang badan penyelesaian sengketa konsumen Daerah Tingkat II diatur dalam surat keputusan menteri.

Pasal 54

1. Untuk menangani dan menyelesaikan sengketa konsumen, badan penyelesaian sengketa konsumen membentuk majelis.
2. Jumlah anggota majelis sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus ganjil dan sedikit-dikitnya 3 (tiga) orang, yang mewakili semua unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 49 ayat (3), serta dibantu oleh seorang panitera.
3. Putusan majelis bersifat final dan mengikat.
4. Ketentuan teknis lebih lanjut pelaksanaan tugas majelis diatur dalam surat keputusan menteri.

Pasal 55

Badan penyelesaian sengketa konsumen wajib mengeluarkan putusan paling lambat dalam waktu 21 (dua puluh satu) hari kerja setelah gugatan diterima.

Pasal 56

1. Dalam waktu paling lambat 7 (tujuh) hari kerja sejak menerima putusan badan penyelesaian sengketa konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 55 pelaku usaha wajib melaksanakan putusan tersebut.
2. Para pihak dapat mengajukan keberatan kepada Pengadilan Negeri paling lambat 14 (empat belas) hari kerja setelah menerima pemberitahuan putusan tersebut.
3. Pelaku usaha yang tidak mengajukan keberatan dalam jangka waktu sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dianggap menerima putusan badan penyelesaian sengketa konsumen.
4. Apabila ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (3) tidak dijalankan oleh pelaku usaha, badan penyelesaian sengketa konsumen menyerahkan putusan tersebut kepada penyidik unruk melakukan penyidikan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

5. Putusan badan penyelesaian sengketa konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat (3) merupakan bukti permulaan yang cukup bagi penyidik untuk melakukan penyidikan.

Pasal 57

Putusan majelis sebagaimana dimaksud dalam Pasal 54 ayat (3) dimintakan penetapan eksekusinya kepada Pengadilan Negeri di tempat konsumen yang dirugikan.

Pasal 58

1. Pengadilan Negeri wajib mengeluarkan putusan atas keberatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 56 ayat (2) dalam waktu paling lambat 21 (dua puluh satu) hari sejak diterimanya keberatan.
2. Terhadap putusan Pengadilan Negeri sebagaimana dimaksud pada ayat (1), para pihak dalam waktu paling lambat 14 (empat belas) hari dapat mengajukan kasasi ke Mahkamah Agung Republik Indonesia.
3. Mahkamah Agung Republik Indonesia wajib mengeluarkan putusan dalam waktu paling lambat 30 (tiga puluh) hari sejak menerima permohonan kasasi.

BAB XII

PENYIDIKAN

Pasal 59

1. Selain Pejabat Polisi Negara Republik Indonesia, Pejabat Pegawai Negeri Sipil tertentu di lingkungan instansi pemerintah yang lingkup tugas dan tanggung jawabnya di bidang perlindungan konsumen juga diberi wewenang khusus sebagai penyidik sebagaimana dimaksud dalam Undang-undang Hukum Acara Pidana yang berlaku.
2. Penyidik Pejabat Pegawai Negeri Sipil ,sebagaimana dimaksud pada ayat (1) berwenang:
 - a. melakukan pemeriksaan atas kebenaran laporan atau keterangan berkenaan dengan tindak pidana di bidang perlindungan konsumen;
 - b. melakukan pemeriksaan terhadap orang, atau badan hukum yang diduga melakukan tindak pidana di bidang perlindungan konsumen;
 - c. meminta keterangan dan bahan bukti dari orang atau badan hukum sehubungan dengan peristiwa tindak pidana di bidang perlindungan konsumen;
 - d. melakukan pemeriksaan atas pembukuan, catatan, dan dokumen lain berkenaan dengan tindak pidana di bidang perlindungan konsumen;
 - e. melakukan pemeriksaan di tempat tertentu yang diduga terdapat bahan bukti serta melakukan penyitaan terhadap barang hasil

- pelanggaran yang dapat dijadikan bukti dalam perkara tindak pidana di bidang perlindungan konsumen;
- f. meminta bantuan ahli dalam rangka pelaksanaan tugas penyidikan tindak pidana di bidang perlindungan konsumen.
 3. Penyidik Pejabat Pegawai Negeri Sipil sebagaimana dimaksud pada ayat (1) memberitahukan dimulainya penyidikan dan hasil penyidikannya kepada Penyidik Pejabat Polisi Negara Republik Indonesia.
 4. Penyidik Pejabat Pegawai Negeri Sipil sebagaimana dimaksud pada ayat (1) menyampaikan hasil penyidikan kepada Penuntut Umum melalui Penyidik Pejabat Polisi Negara Republik Indonesia.

BAB XIII

SANKSI

Bagian Pertama

Sanksi Administratif

Pasal 60

1. Badan penyelesaian sengketa konsumen berwenang menjatuhkan sanksi administratif terhadap pelaku usaha yang melanggar Pasal 19 ayat (2) dan ayat (3), Pasal 20, Pasal 25, dan Pasal 26.
2. Sanksi administratif berupa penetapan ganti rugi paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).
3. Tata cara penetapan sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur lebih lanjut dalam peraturan perundang-undangan.

Bagian Kedua

Sanksi Pidana

Pasal 61

Penuntutan pidana dapat dilakukan terhadap pelaku usaha dan/atau pengurusnya.

Pasal 62

1. Pelaku Usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 1 ayat (1) huruf (a), huruf (b), huruf (c), ayat (2), dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).
2. Pelaku usaha yang, melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11, Pasal 12, Pasal 13 ayat (1), Pasal 14, Pasal 16, dan Pasal 17 ayat (1) huruf

- (d) dan huruf (f) dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
3. Terhadap pelanggaran yang mengakibatkan luka berat, sakit berat, cacat tetap atau kematian diberlakukan ketentuan pidana yang berlaku.

Pasal 63

Terhadap sanksi pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 62, dapat dijatuhkan hukuman tambahan, berupa:

- a. perampasan barang tertentu;
- b. pengumuman keputusan hakim;
- c. pembayaran ganti rugi;
- d. perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen;
- e. kewajiban penarikan barang dari peredaran; atau
- f. pencabutan izin usaha.

BAB XIV

KETENTUAN PERALIHAN

Pasal 64

Segala ketentuan peraturan perundang-undangan yang bertujuan melindungi konsumen yang telah ada pada saat Undang-undang ini diundangkan, dinyatakan tetap berlaku sepanjang tidak diatur secara khusus dan/atau tidak bertentangan dengan ketentuan dalam Undang-undang ini.

BAB XV

KETENTUAN PENUTUP

Pasal 65

Undang-undang ini berlaku setelah 1 (satu) tahun sejak diundangkan.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Undang-undang ini dengan penempatannya dalam Lembaran Negara Republik Indonesia.

Disahkan di Jakarta
pada tanggal 20 April 1999

PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA

ttd.

BACHARUDDIN JUSUF HABIBIE

Diundangkan di Jakarta
pada tanggal 20 April 1999

MENTERI NEGARA SEKRETARIS
NEGARA REPUBLIK INDONESIA

ttd.

AKBAR TANDJUNG

LEMBARAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA TAHUN 1999 NOMOR 42

LAMPIRAN V

CURRICULUM VITAE

NAMA : DEDE HERMAWAN
TEMPAT / TANGGAL LAHIR : JAYAPURA, 09 SEPTEMBER 1986
ALAMAT : JL. MERAPI NO. 46 JABAN RT.02 RW.32
TRIDADI, SLEMAN (55511)
NAMA ORANGTUA :
AYAH : DRS. BURHANUDDIN
IBU : SURYAMI
PEKERJAAN :
AYAH : PNS (HAKIM)
IBU : IBU RUMAH TANGGA

RIWAYAT PENDIDIKAN:

- SDN DEMANGAN II YOGYAKARTA, LULUSAN TA. 1998
- SLTPN 4 SLEMAN, LULUSAN TA. 2001
- MAN YOGYAKARTA III, LULUSAN TA. 2004
- JURUSAN PMH FAKULTAS SYARI'AH UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA, ANGKATAN 2004/2005

PENGALAMAN ORGANISASI :

- KOORDINATOR BIDANG PUBLIKASI DAN KEMAHASISWAAN HMI-MPO KOMISARIAT FAKULTAS SYARI'AH UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA PERIODE 2007/2008.