

**PRAKTIK ‘JUAL-BELI’ JASA SEMINAR BISNIS DI YOGYAKARTA
(TINJAUAN YURIDIS DAN HUKUM ISLAM)**



SKRIPSI

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

OLEH:

**MIA NUR FADILAH
14380029**

**PEMBIMBING I :
ABDUL MUGHITS, S.Ag., M.Ag.**

**PEMBIMBING II :
WARDATUL FITRI, S.H., M.H.**

**PRODI HUKUM EKONOMI SYARI'AH (MUAMALAH)
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2018**

ABSTRAK

Dampak perkembangan teknologi dan pertumbuhan ekonomi di Indonesia khususnya Yogyakarta ini, muncul pemikiran baru seperti jual-beli seminar bisnis. Sebenarnya entitas penyelenggaraan seminar merupakan entitas kegiatan sosial bukan kegiatan bisnis. Namun, pada kenyataannya kegiatan seminar bisnis ini semakin berkembang dan dijadikan sebagai alat untuk mendapatkan keuntungan bagi pihak tertentu. Oleh karena hanya berfokus pada mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya, sehingga membuat pelaku usaha tidak menjalankan jual-beli tersebut berdasarkan ketentuan yang berlaku. Hal tersebut berdampak pada tidak terpenuhinya hak konsumen. Berdasarkan permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana analisis keabsahan dari akad/perjanjian serta perlindungan konsumen terhadap praktik ‘jual-beli’ jasa seminar bisnis di Yogyakarta baik dari segi normatif maupun yuridis.

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yang bertujuan untuk mengumpulkan data terkait pelaksanaan ‘jual-beli’ jasa seminar bisnis. Selanjutnya menganalisa keabsahan akad atau perjanjian dengan teori perjanjian dalam hukum Islam (*ijārah al-ā’mal*) dan hukum positif, serta menganalisa pelaksanaan perlindungan konsumen dengan teori perlindungan konsumen dalam hukum Islam dan hukum positif. Sehingga penelitian ini bersifat deskriptif-analitik, yaitu memberikan gambaran fakta-fakta di lapangan mengenai transaksi serta proses pelaksanaan ‘jual-beli’ jasa seminar bisnis dan pelaksanaan perlindungan konsumen dalam praktik ‘jual-beli’ seminar bisnis di Yogyakarta yang diperoleh dari hasil wawancara, atau hasil analisis dokumen melalui interpretasi yang tepat untuk kemudian membuat suatu kesimpulan yang berlaku.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa, ‘jual-beli’ jasa seminar bisnis tidak sah secara yuridis karena terdapat unsur penipuan dan wanprestasi yang dilakukan oleh salah satu pihak (pasal 1321 KUH Perdata). Kemudian, secara normatif ‘jual-beli’ jasa seminar bisnis juga tidak sah karena terdapat syarat sah akad yang tidak terpenuhi, yaitu syarat sah pada objek akad dimana tidak terlaksananya objek akad berdasarkan iklan di awal yang ditawarkan dan tujuan akad dimana tercapainya tujuan akad ditandai dengan terlaksananya sebuah akad berdasarkan perjanjian. Kemudian pelaksanaan perlindungan hak konsumen dalam ‘jual-beli’ jasa seminar bisnis baik dari sudut pandang normatif maupun yuridis tidak dapat terpenuhi. Sehingga mengakibatkan adanya hak-hak konsumen yang diciderai oleh pelaku usaha dan konsumen merasa dirugikan, serta tidak ada upaya itikad baik dari pelaku usaha untuk mengganti kerugian konsumen.

Kata Kunci: ***Seminar Bisnis, Perlindungan Konsumen, Normatif, Yuridis***

ABSTRACT

Observing the development of technology and economy growth in Indonesia especially in Yogyakarta recently, causes a new innovation such as buying and selling business seminars. Actually the entity of the seminar is a social activity not the entity of business activity. However, in reality the business seminar activities are growing and used as a tool to gain benefits for certain parties. Because it only focuses on profit as much as possible, thus making business actors do not run the sale under the provisions in force. This has an impact on the non-fulfillment of consumer rights. Based on these problems, the researcher is interested to examine how the validity analysis of contracts and consumer protection against the practice of 'buying and selling' business seminar services in Yogyakarta both in terms of normative and juridical.

*This research is field research that aims to collect data related to the implementation of 'sale-buy' business seminar services. Then analyze the validity of the contract or agreement with the covenant theory in Islamic law (*ijārah al-ā'mal*) and positive law, and analyze the implementation of consumer protection with consumer protection theory in Islamic law and positive law. So that this research is descriptive-analytic, that is giving description of facts in field about transaction and also process of implementation of 'buying and selling' services of business seminar and implementation of consumer protection in practice of 'buying and selling' business seminar in Yogyakarta obtained from interview result, or the result of document analysis through appropriate interpretation to then make a conclusion.*

Based on the result of the research, it can be concluded that 'buying and selling' business seminar is not legitimately juridical because there are elements of fraud and wanprestasi done by one of the parties (article 1321 KUH Perdata). Then, the normative 'buying and selling' business seminar services are also not valid because there are legitimate requirements of unlawful contracts, namely the legal requirement on the object of the contract where not the implementation of the contract object based on the initial advertising offered and the purpose of the contract in which the achievement of the purpose of the contract is indicated by implementation of a contract based on agreement. Then the implementation of consumer rights protection in the 'sale and purchase' of business seminar services from both a normative and juridical point of view can not be fulfilled. So as to result in the rights of consumers who are injured by business actors and consumers feel aggrieved, and there is no effort of good faith from business actors to replace consumer losses.

Keywords: *Business Seminar, Consumer Protection, Normative, Juridical*

SURAT PERSETUJUAN I SKRIPSI

Hal: Skripsi Saudari Mia Nur Fadilah

Kepada:

Yth. Bapak Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum

UIN Sunan Kalijaga

di Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr.wb.

Setelah membaca, meneliti dan mengoreksi serta menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Mia Nur Fadilah

NIM : 14380029

Judul : **“ PRAKTIK ‘JUAL-BELI’ JASA SEMINAR BISNIS
DI YOGYAKARTA (TINJAUAN YURIDIS DAN
HUKUM ISLAM) ”**

Sudah dapat diajukan kembali kepada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Hukum Islam.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi atau tugas akhir Saudari tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Yogyakarta, 15 Ramadhan 1439 H
31 Mei 2018 M

Pembimbing I,



Abdul Mughits, S.Ag., M.Ag.
NIP: 19760920 200501 1 002

SURAT PERSETUJUAN II SKRIPSI

Hal: Skripsi Saudari Mia Nur Fadilah

Kepada:

Yth. Bapak Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum

UIN Sunan Kalijaga

di Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr.wb.

Setelah membaca, meneliti dan mengoreksi serta menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Mia Nur Fadilah

NIM : 14380029

Judul : **“ PRAKTIK ‘JUAL-BELI’ JASA SEMINAR BISNIS
DI YOGYAKARTA (TINJAUAN YURIDIS DAN
HUKUM ISLAM) ”**

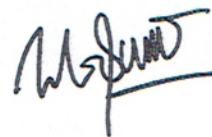
Sudah dapat diajukan kembali kepada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Hukum Islam.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi atau tugas akhir Saudari tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Yogyakarta, 15 Ramadhan 1439 H
31 Mei 2018 M

Pembimbing II,



Wardatul Fitri, S.H., M.H

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-2141/Un.02/DS/PP.00.9/08/2018

Tugas Akhir dengan Judul : PRAKTIK 'JUAL-BELI' JASA SEMINAR BISNIS DI
YOGYAKARTA (TINJAUAN YURIDIS DAN HUKUM
ISLAM)

yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : MIA NUR FADILAH
Nomor Induk Mahasiswa : 14380029
Telah diujikan pada : Selasa, 31 Juli 2018
Nilai ujian Tugas Akhir : A

Dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

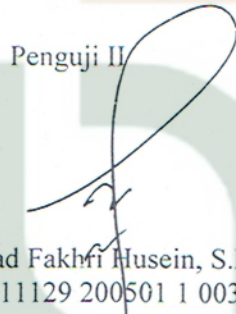
TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang/Penguji I



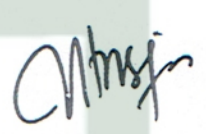
Abdul Mughits, S.Ag., M.Ag.
NIP. 19760920 200501 1 002

Penguji II



Dr. H. Muhammad Fakhri Husein, S.E., M.Si.
NIP. 19711129 200501 1 003

Penguji III



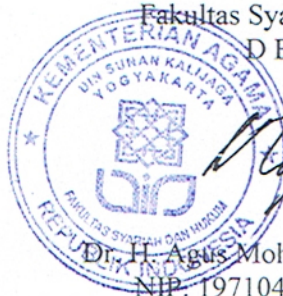
Ratnasari Fajariya Abidin, S.H., M.H.
NIP. 19761018 200801 2 009

Yogyakarta, 31 Juli 2018

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Syariah dan Hukum

DEKAN



Dr. H. Agus Moh Najib, S.Ag., M.Ag.
NIP. 19710430 199503 1 001

PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertandatangan di bawah ini:

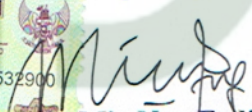
Nama : Mia Nur Fadilah
NIM : 14380029
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Syari'ah dan Hukum

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul **“PRAKTIK ‘JUAL-BELI’ JASA SEMINAR BISNIS DI YOGYAKARTA (TINJAUAN YURIDIS DAN HUKUM ISLAM)”** adalah asli, hasil karya atau laporan penelitian yang saya lakukan sendiri dan bukan plagiasi dari hasil karya orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam penelitian ini dan disebutkan dalam acuan daftar pustaka.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, Ramadhan 1439 H
31 Mei 2018 M

Yang menyatakan,



Mia Nur Fadilah
NIM. 14380029

MOTTO

“SEMPURNAKAN PROSES JANGAN CEMASKAN HASIL”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Saya persembahkan karya ini kepada:

Kedua orangtuaku, Ayah Sudarno dan Mama Wiwik Sri Utami

Kakakku, Mbak Yeni dan Mbak Indah

Kakak Iparku, Mas Kusno dan Mas Makki

Keponakanku, Kak Alya, Kak Abdan, dan Dek Ehan

*Guru-guruku yang senantiasa memberikan pengetahuan secara
tulus dan ikhlas.*

*Teman-temanku yang telah memberi dukungan, bantuan,
inspirasi dalam pembuatan karya ini.*

*Terima kasih atas kasih sayang, dan nasehat, serta dukungan
yang telah diberikan selama ini.*

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman Transliterasi Arab-Latin ini merujuk pada SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI, tertanggal 22 Januari 1988 No: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
أ	Alif		tidak dilambangkan
ب	Bā'	B	Be
ت	Tā'	T	Te
ث	Śā'	Ś	es titik atas
ج	Jim	J	Je
ح	Hā'	Ḥ	ha titik di bawah
خ	Khā'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Żal	Ż	zet titik di atas
ر	Rā'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sīn	S	Es
ش	Syīn	Sy	es dan ye
ص	Şād	Ş	es titik di bawah
ض	Dād	Ḍ	de titik di bawah
ط	Tā'	Ṭ	te titik di bawah
ظ	Zā'	Ẓ	zet titik di bawah

ع	'Ayn	... ' ...	koma terbalik (di atas)
غ	Gayn	G	Ge
ف	Fā'	F	Ef
ق	Qāf	Q	Qi
ك	Kāf	K	Ka
ل	Lām	L	El
م	Mīm	M	Em
ن	Nūn	N	En
و	Waw	W	We
ه	Hā'	H	Ha
ء	Hamzah	... ' ...	Apostrof
ي	Yā	Y	Ye

II. Konsonan rangkap karena *tasydīd* ditulis rangkap:

متعاقدين	ditulis	<i>muta' aqqidīn</i>
عدة	ditulis	<i>'iddah</i>

III. *Tā' marbūtah* di akhir kata.

1. Bila dimatikan, ditulis h:

هبة	ditulis	<i>hibah</i>
جزية	ditulis	<i>jizyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia seperti zakat, shalat dan sebagainya, kecuali dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila dihidupkan karena berangkaian dengan kata lain, ditulis t:

نعمة الله	ditulis	<i>ni' matullāh</i>
زكاة لفطر	ditulis	<i>zakātul- fiṭri</i>

IV. Vokal pendek

__ا__ (fathah) ditulis a contoh	ضَرَبَ	ditulis	<i>ḍaraba</i>
__إ__ (kasrah) ditulis i contoh	فَهِمَ	ditulis	<i>fahima</i>
__و__ (dammah) ditulis u contoh	كُتِبَ	ditulis	<i>kutiba</i>

V. Vokal panjang:

1. fathah + alif, ditulis ā (garis di atas)

جَاهِلِيَّة	ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
-------------	---------	-------------------

2. fathah + alif maqṣūr, ditulis ā (garis di atas)

يَسْعَى	ditulis	<i>yas'ā</i>
---------	---------	--------------

3. kasrah + ya mati, ditulis ī (garis di atas)

مَجِيد	ditulis	<i>majīd</i>
--------	---------	--------------

4. dammah + wau mati, ditulis ū (dengan garis di atas)

فُرُوض	ditulis	<i>funūd</i>
--------	---------	--------------

VI. Vokal rangkap:

1. fathah + yā mati, ditulis ai

بَيْنَكُمْ	ditulis	<i>bainakum</i>
------------	---------	-----------------

2. fathah + wau mati, ditulis au

قَوْل	ditulis	<i>qaul</i>
-------	---------	-------------

VII. Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata, dipisahkan dengan apostrof.

أَنْتُمْ	ditulis	<i>a'antum</i>
----------	---------	----------------

أُيُودُ	ditulis	<i>u'iddat</i>
---------	---------	----------------

لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ	ditulis	<i>la'in syakartum</i>
---------------------------	---------	------------------------

VIII. Kata sandang Alif + Lām

1. Bila diikuti huruf qamariyah ditulis al-

الْقُرْآن	ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
-----------	---------	------------------

الْقِيَّاس	ditulis	<i>al-Qiyās</i>
------------	---------	-----------------

2. Bila diikuti huruf syamsiyyah, sama dengan huruf qamariyah.

الشَّمْس	ditulis	<i>al-syams</i>
----------	---------	-----------------

السَّمَاء	ditulis	<i>al-samā'</i>
-----------	---------	-----------------

IX. Huruf besar

Huruf besar dalam tulisan Latin digunakan sesuai dengan Ejaan Yang Disempurnakan (EYD)

X. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat dapat ditulis menurut penulisannya

ذَوِیْ الْفُرُوضِ	ditulis	<i>zawī al-furūd</i>
اَهْلُ السُّنَّةِ	ditulis	<i>ahl al-sunnah</i>



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala limpahan Rahmat, Inayah, Taufik dan Hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam semoga dilimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat dan para pengikut sampai hari kiamat nanti.

Dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi yang berjudul Praktik ‘Jual-Beli’ Jasa Seminar Bisnis di Yogyakarta (Tinjauan Yuridis dan Hukum Islam), tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Drs. K.H. Yudian Wahyudi, M.A., Ph.D. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. H. Agus M. Najib, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Saifudin, SHI., MSI., selaku Ketua Jurusan Muamalah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kaliaga Yogyakarta.
4. Bapak Saifudin, SHI., MSI., selaku Dosen Penasehat Akademik yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian tentang praktik ‘jual-beli’ jasa seminar bisnis ini.
5. Bapak Abdul Mughits, S.Ag., M.Ag. dan Ibu Wardatul Fitri., S.H., M.H. selaku Dosen Pembimbing Skripsi, yang telah meluangkan waktu, pikiran dan tenaga selama bimbingan hingga terselesaikannya skripsi ini.

6. Segenap dosen Jurusan Hukum Ekonomi Syari'ah / Muamalah yang telah memberikan ilmunya dari awal perkuliahan sampai akhir.
7. Ibu Tris selaku Staff Tata Usaha (TU) Prodi Muamalah dan Seluruh Staff Tata Usaha (TU) Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah membantu secara administrasi dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Segenap staff Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga yang telah membantu penyusun dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Kedua orang tuaku, Bapak Sudarno dan Ibu Wiwik Sri Utami yang selalu memberikan dukungan, kasih sayang, semangat, doa serta mencurahkan segalanya.
10. Kakak, Kakak Ipar, dan Keponakanku tercinta, (Mbak Yeni, Mas Kusno, Kak Qiqi, Kak Abdan, Mbak Indah, Mas Makki, Dek Ehan) yang selalu menjadi penyemangat dalam penulisan skripsi ini.
11. Komisioner dan Asisten Lembaga Ombudsman DIY (LOD) yang telah membantu memudahkan dalam memperoleh data untuk penelitian.
12. Teman-temanku di PT GN Syari'ah, Agung Nuhria Ramadhan, Ahmad Nur Baihaqi, Annas Budi Muskita, Arga Sumarga, Budi Sartono, Candra Noor Berta, Faqih Bahtia Sukri, Kartika Rafiqah Utami, Jeihan Multazam, Muhammad Arsyadi, Mohammad Farhan, dan Mokhammad Rizal Auwali yang telah membantu penulis ketika dalam kesulitan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

13. Teman Pembimbing Skripsiku, Mohammad Farhan dan Khoirul Asmul Pulungan yang telah memberikan sumbangan ide dalam proses penulisan skripsi hingga dapat terselesaikan.
14. Bapak Agung dan Ibu Lusi yang telah mensupport penulis selama di bangku kuliah.
15. Teman-teman PH-KADIV BLC dan seluruh anggota BLC.
16. Teman-teman se-DPS, Fadhil, Ainul, Epong, Kak Elisa yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan doa dalam penyelesaian skripsi.
17. Saudaraku SUTEPRET, Nepit, Sintrung, Pikong, Nyak, Itak, Gopril, MbaHan yang telah menemani penulis saat keadaan senang maupun sedih dan yang selalu mensupport penulis
18. Saudaraku OTW SARJANA, mami, makrani, maknia yang tak pernah berhenti untuk mendoakan dan mensupport penulis
19. Teman-teman seperjuanganku, Aii, Kak Diva, Sita, Mba Ning yang selalu mendoakan dan memberi semangat dalam penyelesaian skripsi.
20. Teman-teman satu angkatan Jurusan Hukum Ekonomi Syariah tahun 2014 yang telah memberikan dukungan selama penelitian.
21. Dosen Pembimbing Lapangan dan teman-teman Kuliah Kerja Nyata (KKN) di dusun Ngembes Angkatan 93 serta warga dusun Ngembes, Pengkok, Patuk, Gunung Kidul senang bisa kenal kalian, semoga silaturahmi selalu terjaga.
22. Seseorang yang selalu mengingatkan setiap saat untuk segera menyelesaikan skripsi.

23. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan, tetapi banyak memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Semoga amal dan jasa mereka semua mendapat balasan yang sebaik-baiknya dari Allah SWT. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya. Penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan skripsi ini.

Yogyakarta, 13 Rajab 1439 H
30 April 2018 M

Penulis

Mia Nur Fadilah

NIM: 14380029

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
HALAMAN PERSETUJUAN I	iv
HALAMAN PERSETUJUAN II	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
SURAT PERNYATAAN SKRIPSI	vii
MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
HALAMAN TRANSLITERASI	x
KATA PENGANTAR	xiv
DAFTAR ISI	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	9
D. Telaah Pustaka	9
E. Kerangka Teoretik	11
F. Metode Penelitian	18
G. Sistematika Pembahasan	21

BAB II TINJAUAN UMUM PERJANJIAN (HUKUM ISLAM DAN HUKUM POSITIF), *IJĀRAH AL-A'MĀL*, PERLINDUNGAN KONSUMEN (DALAM HUKUM ISLAM DAN UUPK)

A. Perjanjian (Hukum Islam dan Hukum Positif)	
1. Pengertian Perjanjian	24
2. Syarat Sah Perjanjian	26
3. Asas-asas Perjanjian	33
B. <i>Ijārah al-A'māl</i>	
1. Pengertian <i>Ijārah al-A'māl</i>	37
2. Rukun dan Syarat <i>Ijārah</i>	39
3. Hak dan Kewajiban Para Pihak	40
C. Tinjauan Umum Perlindungan Konsumen	
1. Pengertian Perlindungan Konsumen.....	42
2. Pengertian Konsumen dan Pelaku Usaha	43
3. Asas-asas Perlindungan Konsumen	44
4. Hak dan Kewajiban Konsumen	48
5. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha.....	52
6. Larangan Bagi Pelaku Usaha.....	55

BAB III GAMBARAN UMUM PRAKTIK ‘JUAL-BELI’ JASA SEMINAR CARA MUDAH MENJADI IMPORTIR BARANG-BARANG MURAH DARI LUAR NEGERI

A. Definisi Umum	
1. Pengertian Praktik ‘Jual-Beli’ Jasa Seminar Bisnis	58
2. Pengertian Seminar Bisnis	59
B. Mekanisme ‘Jual-Beli’ Seminar ‘Cara Mudah menjadi Importir Barang-Barang Murah dari Luar Negeri’	
1. Mekanisme Pra Acara Seminar Bisnis	61
2. Mekanisme Acara Seminar Bisnis	63

3. Mekanisme Pasca Acara Seminar Bisnis	66
C. Penyelenggara Seminar ‘Cara Mudah Menjadi Importir Barang-Barang Murah dari Luar Negeri’	68
D. Dampak Bagi Konsumen	69
E. Upaya LO DIY dalam Mencegah Penyimpangan Praktik ‘Jual-Beli’ Jasa Seminar Bisnis	73

BAB IV ANALISIS PRAKTIK ‘JUAL-BELI’ JASA SEMINAR BISNIS

A. Analisis Keabsahan Akad/Perjanjian terhadap Praktik ‘Jual-Beli’ Jasa Seminar Bisnis.....	77
B. Analisis Perlindungan Konsumen terhadap Praktik ‘Jual-Beli’ Jasa Seminar Bisnis.....	92

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	111
B. Saran.....	113

DAFTAR PUSTAKA	115
-----------------------------	------------

DAFTAR LAMPIRAN

Terjemahan Bahasa Asing (Arab).....	I
Pedoman Wawancara	IV
Daftar Gambar.....	VIII
Surat Penelitian	X
Surat Bukti Wawancara.....	XI
Transkrip Wawancara.....	XII
Curriculum Vitae.....	XXI

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Allah SWT menciptakan manusia sebagai makhluk individu dan makhluk sosial. Untuk mencukupi kebutuhan hidupnya, manusia tidak mungkin dapat hidup sendiri, melainkan memerlukan bantuan orang lain. Hal itulah yang dikatakan bahwa manusia adalah makhluk sosial. Dalam hal ini, hubungan sosial paling dominan yang dilakukan oleh manusia adalah hubungan ekonomi. Dalam hubungan ekonomi kegiatan tukar menukar harta, barang, atau jasa adalah kegiatan yang sangat lazim dilakukan. Kegiatan tukar menukar terjadi dalam sebuah proses yang dinamakan transaksi. Secara hukum, transaksi adalah bagian dari kesepakatan perjanjian, sedangkan perjanjian bagian dari perikatan.¹

Dalam hukum Islam kontemporer digunakan istilah “iltizam” untuk menyebut perikatan (*verbintesis*) dan istilah “akad” untuk menyebut perjanjian (*overeenkomst*) dan bahkan untuk menyebut kontrak (*contract*).² Dalam ilmu hukum perdata, perikatan adalah suatu hubungan hukum yang berkaitan dengan harta kekayaan yang dilakukan oleh dua orang atau lebih. Sebagai para pihak yang melakukan ikatan hukum, yang satu berhak atas sesuatu dan pihak lain

¹ Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, cet. Ke-I (Yogyakarta: BPFE Fakultas Ekonomi, 2004), hlm. 153.

² Syamsul Anwar, *Hukum Perjanjian Syariah (Studi tentang Teori Akad dalam Fikih Muamalat)*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2007), hlm. 47.

berkewajiban atas sesuatu.³ Apabila dua orang atau dua pihak saling berjanji untuk misalnya, melakukan atau memberikan sesuatu berarti masing-masing orang atau pihak itu mengikatkan diri kepada yang lain untuk melakukan atau memberikan sesuatu yang mereka perjanjikan. Dengan kata lain, antara keduanya tercipta suatu ikatan yang timbul dari tindakan mereka membuat janji. Ikatan tersebut berwujud adanya hak dan kewajiban yang harus dipenuhi oleh masing-masing pihak.⁴

Apabila dilihat dari segi kaitan dengan objeknya, maka secara garis besar setidaknya ada empat macam perikatan. Salah satunya yaitu perikatan kerja/melakukan sesuatu (*al-iltizām bi al-‘amāl*), yang memiliki arti suatu hubungan hukum antara dua pihak untuk melakukan sesuatu. Sumber perikatan kerja disini adalah akad *istiṣnā’* dan *ijārah*. Akad *istiṣnā’* adalah perjanjian untuk membuat sesuatu, dalam akad *istiṣnā’* ini kerja dan bahan adalah dari pihak kedua (yang melakukan pekerjaan).

Adapun akad *ijārah* dalam hukum Islam didefinisikan sebagai suatu akad atas beban yang objeknya adalah manfaat dan jasa. Dalam *ijārah*, tidak terdapat akad kepemilikan zat bendanya, melainkan hanya pada manfaatnya. Oleh karena itu, *ijārah* disebut pula jual beli manfaat atau jasa.⁵ Akad *ijārah* ini meliputi dua macam : *pertama* berupa sewa-menyewa, yang biasanya disebut *ijārah al-manāfi’*, seperti sewa-menyewa rumah; dan *kedua* berupa perjanjian kerja, yang dikenal dengan istilah *ijārah al-a’māl*. Para ulama fikih mendefinisikan *ijārah al-a’māl*

³ Wawan Muhwan Hariri, *Hukum Perikatan*, (Bandung:Pustaka Setia, 2011), hlm. 15.

⁴ Syamsul Anwar, *Hukum Perjanjian Syariah*, hlm. 43.

⁵ Wawan Muhwan Hariri, *Hukum Perikatan*, hlm. 250.

sebagai suatu akad yang objeknya adalah melakukan suatu pekerjaan tertentu. *Ijārah* jenis kedua inilah yang merupakan sumber perikatan kerja (*al-iltizām bi al-‘amāl*).⁶

Dalam kehidupan *modern* saat ini, ada berbagai kebutuhan yang menuntut manusia untuk memenuhinya secara cepat, tepat dan efisien. Oleh karena itu untuk memenuhi semua kebutuhannya, manusia harus bekerja dengan berbagai macam pekerjaan yang ada agar mendapatkan penghasilan. Salah satu pilihannya adalah sebagai seorang wirausaha⁷. Pada saat ini, banyak masyarakat yang tidak ingin menjadi seorang pegawai melainkan menginginkan sebagai seorang bos (wirausaha) dengan alasan ingin memiliki kebebasan waktu dan *financial* (keuangan).

Untuk menjadi seorang wirausaha yang sukses, diperlukan sebuah pembaruan, baik dalam hal ilmu pengetahuan terkait bisnis maupun skill terkait bisnis untuk meningkatkan eksistensi bisnis yang dijalani. Dimana pembaruan tersebut harus dilakukan secara terus menerus agar tercapai segala tujuan bisnis yang dijalankan dan bisa menjadi seorang wirausaha yang sukses. Salah satu contoh fenomena yang dapat diambil sebagai wujud pembaruan ilmu bisnis seorang wirausaha adalah dengan mengikuti seminar bisnis.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), seminar adalah pertemuan atau persidangan untuk membahas suatu masalah di bawah pimpinan ahli (Guru Besar, Pakar, dan sebagainya). Definisi yang lebih umum dari seminar adalah

⁶ *Ibid.*, hlm. 50-55.

⁷Wirausaha yang saya maksud adalah pengusaha yang mampu menciptakan/memiliki suatu usaha dengan mengelola sumber daya yang dimiliki secara efektif dan efisien serta mampu meningkatkan tingkat produktivitas menjadi lebih tinggi.

sebuah bentuk pengajaran yang diberikan secara khusus untuk membahas suatu topik tertentu yang mana pelaksanaannya bisa dilakukan oleh sebuah lembaga profesional ataupun oleh organisasi komersil lainnya.⁸ Sehingga, dapat diartikan bahwa seminar bisnis yang diikuti oleh seorang wirausaha adalah sebuah pengajaran tentang bisnis⁹ yang dilakukan oleh pakar/ahli/narasumber di bidangnya. Pelaksanaan seminar bisnis ini biasa dilakukan oleh lembaga profesional ataupun organisasi komersil (*event organizer / EO*).

Kegiatan seminar bisnis ini merupakan suatu hal yang baik untuk dilakukan dalam hal pembaharuan ilmu untuk kesuksesan bisnis yang dijalankan. Namun, untuk mengikuti seminar bisnis ini tidak semua seminar gratis melainkan ada biaya yang harus kita bayarkan untuk mengikuti seminar bisnis ini. Dari fenomena seminar bisnis ini dapat diambil sebagai salah satu contoh jual beli model baru yaitu berupa ‘jual-beli’ jasa seminar bisnis.¹⁰

Sebenarnya entitas penyelenggaraan seminar merupakan entitas kegiatan sosial bukan kegiatan bisnis¹¹. Namun pada kenyataannya kegiatan seminar bisnis

⁸Berita Bimtek, “Definisi Seminar, Lokakarya, Workshop, Bimbingan Teknis, Pendidikan dan Pelatihan, dan Sosialisasi”, <https://beritabimtek.wordpress.com/2016/07/07/definisi-seminar-lokakarya-workshop-bimbingan-teknis-pendidikan-dan-pelatihan-dan-sosialisasi/>, akses pada 16 Januari 2017.

⁹Pengajaran tentang bisnis yang dimaksud adalah segala materi yang ada didalam dunia bisnis bisa tentang manajemen, trik-trik untuk memasarkan, dan lain sebagainya.

¹⁰Yang saya maksudkan jual-beli jasa seminar disini adalah yang menjadi mu’jir/pihak yang memberi jasa/pelaku usaha/penjual yaitu organisasi komersil yang mengadakan seminar bisnis sedangkan yang menjadi musta’jir/orang yang menerima jasa/konsumen/pembeli yaitu peserta seminar. Konsumen untuk dapat merasakan manfaat dari jasa seminar itu harus memiliki tiket seminar, sehingga untuk selanjutnya apabila disebutkan ‘jual-beli’ jasa seminar itu berarti yang diperjual-belikan adalah manfaat jasa seminar nya yang berbentuk tiket seminar dan apabila disebutkan penyelenggara seminar berarti sebagai mu’jir/penjual/pelaku usaha atau sebaliknya. Sedangkan peserta seminar sebagai musta’jir/pembeli/konsumen atau sebaliknya.

ini semakin berkembang dan dijadikan sebagai alat untuk mendapatkan keuntungan. Penyelenggara seminar bisnis pun memang tidak harus yang memiliki badan hukum, karena orang-perorangan pun dapat menyelenggarakannya. Meskipun demikian bukan berarti tidak bisa dijerat dalam Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen jika memang didapatkan merugikan konsumen.¹²

Di kota Yogyakarta saat ini, kegiatan seminar bisnis semakin berkembang dan mewabah. Kegiatan seminar bisnis ini biasa diadakan oleh organisasi komersil. Jumlah seminar bisnis yang diadakan di kota Yogyakarta kurang lebih 20-25 seminar dalam kurun waktu Juni 2017 sampai dengan April 2018 dengan penyelenggara yang berbeda.¹³ Ada tiga organisasi komersil yang sudah besar dan menjual seminar bisnis di berbagai kota (tidak hanya Yogyakarta) dalam waktu satu bulan. Penulis melaksanakan penelitian selama kurang lebih dua bulan (Maret-April 2018) di Lembaga Ombudsman DIY (LO DIY) dan mengambil satu contoh kasus terkait ‘jual-beli’ seminar bisnis di kota Yogyakarta yang merupakan aduan di LO DIY.

Dari 25 seminar bisnis yang diadakan di kota Yogyakarta (dengan tema yang sama yaitu menjadi importir barang dari luar negeri), memang tidak semua seminar merugikan konsumen. Oleh karena itu, penulis mengambil satu contoh kasus yang diangkat karena terdapat 17 aduan yang sama dari 20 aduan yang ada.

¹¹Yayasan Lembaga Perlindungan Konsumen Jawa Timur, “Hati-Hati Seminar Menyesatkan!”, <http://ylpkjatim.or.id/hati-hati-seminar-menyestakan/>, diakses pada tanggal 16 Januari 2018.

¹²*Ibid*, diakses pada tanggal 16 Januari 2017.

¹³ Melihat data di google

17 aduan yang sama tersebut diadukan oleh konsumen yang ditujukan hanya kepada satu pihak penyelenggara seminar yang dirasa merugikan konsumen. Tidak hanya di LO DIY, penulis juga mencoba mencari tahu di media social baik Facebook, YouTube, maupun Blogspot ternyata lebih dari 30 konsumen mengungkapkan kekecewaannya terhadap satu pihak penyelenggara seminar tersebut. Sehingga penulis mengangkat satu contoh kasus tersebut karena dirasa perlu adanya tindaklanjut dari semua pihak.

Strategi pemasaran yang digunakan oleh penyelenggara seminar (yang merugikan konsumen) untuk menjual seminar bisnis yaitu dengan cara memasang iklan. Media yang mereka gunakan yaitu melalui TV, Koran, brosur, broadcast¹⁴ melalui media sosial (BBM, WhatsApp, Facebook, Instagram). Dalam iklan tersebut, penyelenggara seminar bisnis mencantumkan nominal tarif yang terjangkau (relatif murah) dengan menjanjikan beberapa materi dan fasilitas yang akan didapatkan. Tapi pada praktiknya setelah mengikuti seminar bisnis, peserta seminar tidak mendapatkan materi yang telah dijanjikan sesuai dengan informasi yang tertuang dalam iklan di awal. Materi yang dijanjikan dalam iklan ternyata diberikan pada saat sesi setelah seminar yaitu *workshop*. Dimana untuk dapat mengikuti sesi *workshop*, peserta seminar diharuskan untuk membayar sejumlah biaya lagi.

¹⁴Broadcast adalah sebuah metode pengiriman data, dimana data dikirim ke banyak titik sekaligus, tanpa melakukan pengecekan apakah titik tersebut siap atau tidak, atau tanpa memperhatikan apakah data itu sampai atau tidak, (Ikatan Pecinta Retorika Indonesia UNM, “Apa itu Broadcast?”, <http://ipri.ukm.um.ac.id/apa-itu-broadcast/> akses 17 Januari 2018.)

Jadi dalam seminar ini peserta seminar hanya diberikan materi pembuka saja dan *preview*¹⁵ dari *workshop* yang akan diadakan sehingga bukan materi inti yang disampaikan. Dan secara tidak langsung adanya seminar bisnis yang dijual dengan harga terjangkau ini hanya bertujuan untuk menggiring peserta seminar untuk mengikuti *workshop* dengan harga yang mahal.

Selain itu, penyelenggara seminar menggunakan trik marketing dengan permainan psikologi, yaitu penawaran harga diskon dengan waktu terbatas dalam menjual tiket *workshop*. Artinya, konsumen akan berfikir pendek atas adanya desakan waktu untuk memutuskan mengikuti *workshop* dengan harga diskon tersebut. Apabila konsumen telah dijanjikan sejumlah materi dengan harga diskon maka yang memiliki dana pasti akan tertarik untuk mengikutinya. Yang menjadi permasalahan adalah ketika konsumen sudah membayar namun tidak mendapatkan apa yang telah diperjanjikan oleh panitia seminar tersebut.

Dalam ‘jual-beli’ seminar bisnis ini tidak adanya transparansi dari pihak penyelenggara seminar kepada peserta seminar karena pada praktiknya peserta seminar merasa kecewa karena tidak mendapatkan apa yang telah diperjanjikan seperti yang di tuangkan dalam iklan. Padahal menurut Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pasal 4 ayat (3) telah dijelaskan bahwa konsumen mendapatkan hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur

¹⁵Preview yang dimaksud adalah informasi keseluruhan terkait *workshop* yang akan diadakan.

mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa¹⁶. Sehingga membuat konsumen merasa tertipu atas ketidaktransparan ini.

Oleh karena itu melihat satu contoh kasus yang terjadi dan telah meresahkan banyak masyarakat yang terlibat, maka hal tersebut menarik jika dikaji dari segi hukum Islamnya terkait pelaksanaan praktik ‘jual-beli’ jasa seminar bisnis yang ditinjau dalam perspektif perjanjian dalam Islam, *ijārah al-a’mal*, dan perlindungan konsumen dalam Islam. Selain itu juga dikaji bagaimana tinjauan yuridis dalam transaksi ‘jual-beli’ jasa seminar bisnis yang ditinjau dalam perspektif Hukum Perjanjian dalam KUH Perdata dan Hukum Perlindungan Konsumen menurut UU No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Dengan demikian dalam penelitian ini penyusun mengambil judul “PRAKTIK ‘JUAL-BELI’ JASA SEMINAR BISNIS DI YOGYAKARTA (TINJAUAN YURIDIS DAN HUKUM ISLAM)”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, penyusun merumuskan beberapa pokok permasalahan antara lain :

1. Bagaimana keabsahan akad/perjanjian terhadap pelaksanaan praktik ‘jual-beli’ jasa seminar bisnis di Yogyakarta (tinjauan Normatif dan Yuridis) ?
2. Bagaimana perlindungan terhadap hak konsumen dalam praktik ‘jual-beli’ jasa seminar bisnis di Yogyakarta (tinjauan Normatif dan Yuridis) ?

¹⁶UU No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen pasal 4 ayat (3).

C. Tujuan dan Kegunaan

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menjelaskan tinjauan Normatif dan Yuridis terhadap keabsahan akad/perjanjian dalam pelaksanaan praktik ‘jual-beli’ jasa seminar bisnis di Yogyakarta.
2. Untuk menjelaskan perlindungan terhadap hak konsumen dalam praktik ‘jual-beli’ jasa seminar bisnis di Yogyakarta yang ditinjau secara Normatif dan Yuridis.

Sedangkan kegunaan penelitian ini adalah :

1. Hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan kontribusi ilmiah terhadap pandangan hukum islam dan hukum positif (yuridis) dalam ‘jual-beli’ jasa seminar bisnis.
2. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan studi komparatif maupun bahan studi lanjut bagi para pihak yang ingin mendalami lebih lanjut mengenai permasalahan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen serta ‘jual-beli’ jasa.

D. Telaah Pustaka

Telaah pustaka berisi tentang uraian sistematis mengenai hasil-hasil penelitian terlebih dahulu yang dilakukan oleh peneliti/penyusun terlebih dahulu, yang memiliki keterkaitan bahkan tema dengan penelitian yang dilakukan oleh

penyusun. Penyusun menemukan hasil tulisan peneliti yang memiliki relevansi terhadap tema yang akan diteliti oleh penyusun, yaitu:

Pertama, Dahlan dan Sanusi dalam bukunya yang berjudul *Pokok-Pokok Hukum Ekonomi dan Bisnis*, membahas tentang kewajiban pelaku usaha menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, serta penyelesaian sengketa apabila pelaku usaha dan konsumen tidak memenuhi hak dan kewajibannya masing-masing.¹⁷

Kedua, skripsi dari Zidni Hikmatul Nurul Jihan dengan judul “Tinjauan Hukum Islam terhadap Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Jasa Nada Tunggu”. Dalam skripsi ini dijelaskan tentang perlunya perlindungan terhadap konsumen ketika terjadi permasalahan dengan pelaku usaha, sehingga posisi konsumen tidak selalu di eksploitasi oleh pelaku usaha. Perlindungan tersebut berupa pertahanan hak-hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha yang terwadah dalam sebuah undang-undang bagi setiap konsumen yang melakukan dan memakai sebuah jasa atau barang. Tidak hanya itu, dalam skripsi ini juga dijelaskan terkait pelaksanaan transaksi nada tunggu khususnya melalui SMS dan pelaksanaan perlindungan konsumen pada nada tunggu dengan meninjau dari segi Hukum Islam yaitu Fikih Muamalat.¹⁸

Ketiga, skripsi dari Ahmad Fauzan Nikmatulloh yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam terhadap Pelaksanaan Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan

¹⁷ Dahlan dan Sanusi Bintang, *Pokok-Pokok Hukum Ekonomi dan Bisnis* (Bandung, Citra Aditya Bakti : 2000).

¹⁸ Zidni Hikmatul Nurul Jihan, “Tinjauan Hukum Islam terhadap Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Jasa Nada Tunggu”, *Skripsi Fakultas Syari’ah dan Hukum Jurusan Muamalat UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta* 2007.

Konsumen Nomor 8 Tahun 1999”. Dalam skripsi ini dijelaskan tentang pandangan hukum islam terhadap pelaksanaan pasal 4 Undang-undang perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 dalam melindungi hak-hak konsumen serta membahas keefektifan hak-hak konsumen yang tertuang dalam pasal 4 Undang-undang perlindungan konsumen.¹⁹

Keempat, skripsi dari Mukhlisin yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam terhadap Perlindungan Hak-Hak Konsumen dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999”. Dalam skripsi ini dinyatakan bahwa konsep perlindungan hak-hak konsumen dalam islam dan Undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terdapat kesesuaian dan perbedaan.²⁰

E. Kerangka Teoritik

Kerangka teori yang digunakan dalam penelitian ini berguna untuk memahami permasalahan yang diteliti, memperjelas masalah yang diteliti, referensi menyusun instrument penelitian, dan sebagai alat bedah untuk menganalisis masalah yang diteliti.²¹ Penyusun menggunakan beberapa teori tertentu sebagai alat pendukung dalam menganalisis masalah yang diteliti, sebagai berikut :

1. Perjanjian (dalam Hukum Islam dan Hukum Positif)

¹⁹ Ahmad Fauzan Nikmatulloh, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pelaksanaan Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999”, *Skripsi* Jurusan Muamalat Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2010.

²⁰ Mukhlisin, “Tinjauan Hukum Islam terhadap Perlindungan Hak-hak Konsumen dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999”, *Skripsi* Fakultas Syariah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2002.

²¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&d*, cet. ke-23 (Bandung : Alfabeta, 2016), hlm. 213.

Perjanjian dan akad memiliki pengertian yang sama. Perjanjian merupakan istilah dalam hukum Indonesia, sedangkan akad merupakan istilah dalam hukum Islam (bahasa arab).²² Akad adalah pertemuan ijab dan kabul sebagai pernyataan kehendak dua pihak atau lebih untuk melahirkan suatu akibat hukum pada objeknya. Definisi tersebut memperlihatkan bahwa akad merupakan tindakan hukum dua pihak karena akad adalah pertemuan ijab yang merepresentasikan kehendak dari satu pihak dan kabul yang menyatakan kehendak pihak lain.²³ Dalam pembentukan akad (perjanjian) yang sah dan mengikat haruslah dipenuhi (1) rukun akad dan (2) syarat akad.²⁴

Pengertian perjanjian sebagaimana terdapat dalam Pasal 1313 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata menyatakan bahwa suatu perjanjian adalah suatu perbuatan satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih. Menurut Subekti Perjanjian adalah suatu peristiwa dimana seseorang berjanji kepada seorang lain atau dimana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu hal.²⁵

Rukun akad adalah unsur-unsur yang membentuk sesuatu, sehingga sesuatu itu terwujud karena adanya unsur-unsur tersebut yang membentuknya. Dalam buku Hukum Perjanjian Syariah (Syamsul Anwar) yang mengutip dari Az-

²²Apabila selanjutnya disebutkan akad itu berarti sama dengan perjanjian, begitu sebaliknya apabila disebutkan perjanjian berarti sama dengan akad.

²³Syamsul Anwar, *Hukum Perjanjian Syariah (Studi tentang Teori Akad dalam Fikih Muamalat)*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2007), hlm. 68-69.

²⁴*Ibid.*, hlm. 95.

²⁵ Subekti, *Hukum Perjanjian*, (Jakarta: PT Intermasa, 1990), Cet. ke-7, hlm. 1.

Zarqā' (*al-Fiqh al-Islāmī fī Šaubih al-Jadīd*), menurut ahli-ahli hukum Islam kontemporer bahwa rukun yang membentuk akad itu ada empat, yaitu²⁶ :

2. Para pihak yang membuat akad (*al-‘āqidain*);
3. Pernyataan kehendak para pihak (*šigah-‘aqd*);
4. Objek akad (*maḥallul-‘aqd*); dan
5. Tujuan akad (*mauḍū’ al-aqd*).

Sebagaimana yang telah dijelaskan, bahwa akad adalah kesepakatan antara dua kehendak yang menimbulkan akibat-akibat hukum. Kehendak untuk mengadakan akad itu ada dua macam, yaitu : kehendak batin (niat atau maksud) dan kehendak lahir (suatu *šigah* atau yang menempati tempatnya, seperti perbuatan (*ta’atī*), yang mengungkapkan kehendak batin). Adapun Syarat-syarat akad ada empat macam, yaitu²⁷ :

1. Syarat *in’iqāḍ* (terjadinya akad);
2. Syarat sah;
3. Syarat *naḥāz* (kelangsungan akad);
4. Syarat *luzūm* (syarat mengikatnya akad).

Pada pasal 1320 Kitab Undng-Undang Hukum Perdata, dibagi menjadi dua macam yakni syarat *subjektif* dan syarat *objektif*. Pertama yaitu syarat *subjektif*, syarat ini harus dipenuhi jika tidak atau dilangar maka kontrak dapat dibatalkan (*avoid of law*), meliputi :

- a. Kecakapan untuk membuat kontrak;

²⁶ *Ibid.*, hlm. 95-96.

²⁷ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Amzah, 2010), hlm. 113-150.

- b. Kesepakatan mereka yang mengikatnya.

Kemudian ada syart *objektif*, apabila syarat ini dilanggar maka kontrak akan batal demi hukum (*null an void of law*), meliputi :

- a. Suatu hal (objek) tertentu;
- b. Suatu sebab yang halal (kausa).²⁸

2. *Ijārah Al-A'māl*

Al-ijārah berasal dari kata *al-ājru*, yang arti menurut bahasanya ialah *al-iwāḍ*, arti dalam bahasa Indonesianya ialah ganti dan upah.²⁹ Dalam buku fikih muamalah yang ditulis Sohari Sahrani dan Ru'fah Abdullah, mengutip dari MA. Tihami, *al-ijārah* (sewa-menyewa) ialah akad (perjanjian) yang berkenaan dengan kemanfaatan (mengambil manfaat sesuatu) tertentu, sehingga sesuatu itu legal untuk diambil manfaatnya, dengan membayar (sewa) tertentu.³⁰

Ijārah terbagi menjadi dua macam, yaitu: 1) *Ijarah* manfaat, yakni menjadikan manfaat dari suatu barang sebagai *ma'qud* alaih, seperti menyewakan sebuah rumah untuk ditinggali dan menyewakan kendaraan untuk dikendarai. 2) *Ijārah a'māl*, yakni menjadikan pekerjaan/jasa dari seseorang sebagai *ma'qud ālaih*. Seperti menyewa/mengupah seseorang untuk membangun sebuah bangunan, menjahit baju, atau pekerjaan lainnya³¹.

²⁸ Salim, H.S, *Hukum Kontrak* (Jakarta: Sinar Grafika, 2014), hlm. 9-12

²⁹ Sohari sahrani dan Ru'fah Abdullah, *Fikih Muamalah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 167.

³⁰ *Ibid.*

³¹ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta : Gaya Media Pratama, 2000), hlm. 236.

Rukun dan syarat *ijārah* yaitu : *mu'jir* dan *musta'jir* (orang yang melakukan akad sewa menyewa atau upah-mengupah), *ṣigah* ijab kabul antara *mu'jir* dan *musta'jir*, *ujrah* (disyaratkan diketahui jumlahnya oleh kedua belah pihak), barang yang disewakan atau sesuatu yang dikerjakan dalam upah-mengupah (manfaat).³²

Al-ijārah akan menjadi batal dan berakhir bila ada hal-hal sebagai berikut :

1. Terjadinya cacat pada barang sewaan ketika di tangan penyewa
2. Rusaknya barang yang disewakan seperti; ambruknya rumah dan runtuhnya bangunan gedung
3. Rusaknya barang yang diupahkan seperti; bahan baju yang diupahkan untuk dijahit
4. Telah terpenuhinya manfaat yang diakadkan sesuai dengan masa yang telah ditentukan dan selesainya pekerjaan
5. Menurut hanafi, salah satu pihak dari yang berakad boleh membatalkan *al-ijārah* jika ada kejadian-kejadian yang luar biasa seperti ; terbakarnya gedung, tercurinya barang-barang dagangan, dan kehabisan modal.³³

3. Perlindungan Konsumen (Menurut Hukum Islam dan UUPK)

Menurut Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pasal 1 ayat (1) perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada

³² *Ibid.*, hlm. 170.

³³ *Ibid.*, hlm. 286-287.

konsumen.³⁴ Istilah “perlindungan konsumen” berkaitan dengan perlindungan hukum. Oleh karena itu, perlindungan konsumen mengandung aspek hukum. Adapun materi yang mendapatkan perlindungan itu bukan sekedar fisik, melainkan lebih kepada hak-haknya yang bersifat abstrak. Dengan kata lain, perlindungan konsumen sesungguhnya identik dengan perlindungan yang diberikan hukum tentang hak-hak konsumen.³⁵

Secara historis, sejarah perlindungan konsumen dalam islam sudah dimulai sejak Nabi Muhamad SAW. belum diangkat menjadi rasul. Beliau membawa barang dagangan Khadijah binti Khuwailid dengan mendapatkan imbalan atau upah. Sekalipun tidak banyak literature yang berbicara tentang aspek perlindungan konsumen ketika itu, namun prinsip-prinsip perlindungan konsumen dapat ditemukan dari praktik-praktik bisnis yang dilakukan oleh Rasulullah SAW. kejujuran, keadilan, dan integritas Rasulullah tidak diragukan lagi oleh penduduk Mekkah, sehingga potensi tersebut meningkatkan reputasi dan kemampuannya dalam berbisnis.

Setelah Muhammad SAW diangkat menjadi Rasul, konsumen mendapatkan perhatian yang cukup besar dalam ajaran Islam, baik dalam Al-Qur'an maupun Hadits. Bisnis yang adil dan jujur menurut Al-Qur'an adalah bisnis yang tidak menzalimi dan tidak pula dizalimi. Allah SWT berfirman :

³⁴Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK).

³⁵Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Ed.1. Cet. ke-5 (Jakarta: Sinar Grafika, 2016), hlm. 30.

فإن لم تفعلوا فأذنوا بحرب من الله ورسوله وإن تبتم فلكم رؤوس أموالكم لا تظلمون ولا

تظلمون³⁶

Sepintas ayat ini memang berbicara tentang riba, tetapi secara implisit mengandung pesan-pesan perlindungan konsumen. Di akhir ayat disebutkan bahwa tidak menganiaya dan tidak dianiaya (tidak menzalimi dan tidak pula dizalimi). Dalam konteks bisnis, potongan pada akhir ayat tersebut mengandung perintah perlindungan konsumen, bahwa antara pelaku usaha dan konsumen dilarang untuk saling menzalimi atau merugikan dengan yang lainnya. Hal ini berkaitan dengan hak-hak konsumen dan juga hak-hak pelaku usaha. Konsep bisnis dalam Islam harus dilandasi oleh nilai-nilai dan etika yang menjunjung tinggi kejujuran dan keadilan.³⁷

Adapun di dalam Undang-undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen terdapat hak dan kewajiban konsumen yang diatur dalam pasal 4 dan 5. Sedangkan hak dan kewajiban pelaku usaha diatur dalam pasal 6 dan 7. Selain hak dan kewajiban, terdapat pula aturan terkait berbagai macam larangan dalam mempromosikan barang dan/atau jasa tertentu bagi pelaku usaha yang diatur dalam pasal 8, pasal 9, pasal 10, pasal 12, dan pasal 13. Serta ketentuan pasal 17 yang khusus diperuntukkan bagi perusahaan periklanan.

Seorang konsumen harus cerdas artinya, konsumen harus mengetahui hak dan kewajiban nya agar tidak dapat dirugikan oleh pelaku usaha. Kemudian pelaku usaha juga harus menyadari bahwa pelaku usaha harus menghargai hak-hak

³⁶ Al-Baqarah (2) : 279.

³⁷Nurhalis, “Perlindungan Konsuen dalam Persektif Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999”, *Jurnal IUS*, Vol.III: No.9 (Desember 2015), hlm. 526.

konsumen dan melaksanakan tanggung jawab sepenuhnya dengan baik kepada konsumen. Sedangkan pemerintah memiliki tugas untuk mengawasi jalannya perekonomian khususnya dalam bidang perdagangan yang berkaitan dengan berpindahnya barang dan jasa dari pengusaha ke konsumen.

Pemerintah telah menyadari bahwa diperlukannya Undang-Undang untuk mengatur yang kaitannya dengan perpindahan barang dan jasa dari pengusaha ke konsumen, sehingga lahirlah Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Dengan harapan, upaya perlindungan konsumen di Indonesia menjadi lebih diperhatikan. Adanya peraturan perundang-undangan tentang perlindungan konsumen ini juga bertujuan untuk meningkatkan martabat dan kesadaran konsumen, dan secara tidak langsung mendorong pelaku usaha dalam menyelenggarakan kegiatan usahanya dengan penuh tanggung jawab.³⁸

F. Metode Penelitian

Penyusun dalam pembahasan skripsi ini menggunakan beberapa metode penelitian yang ada sebagai acuan dalam melaksanakan penelitian. Adapun metode-metode yang digunakan penyusun adalah sebagai berikut :

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan penyusun yaitu, *pertama* penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data utama yang didapatkan dari Lembaga Ombudsman DIY tentang kasus aduan

³⁸ Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Perlindungan Konsumen*, hlm. 18.

konsumen yang dirugikan dalam ‘jual-beli’ jasa seminar bisnis. Serta mengumpulkan data dari para pihak yaitu pelaku usaha (penyelenggara seminar) serta konsumen yang sifatnya sebagai data tambahan. *Kedua*, penelitian kepustakaan (*library research*) dilakukan melalui penyajian data dengan mengkaji dan menelaah bahan-bahan hukum atau yang ada kaitannya dengan penelitian ini. Dalam hal ini penyusun lebih dominan menggunakan penelitian lapangan (*field research*).

2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian yang digunakan penyusun adalah *diskriptif-analitik*, yaitu menggambarkan fakta-fakta di lapangan mengenai transaksi serta proses pelaksanaan ‘jual-beli’ jasa seminar bisnis dan pelaksanaan perlindungan konsumen dalam praktik ‘jual-beli’ seminar bisnis di Yogyakarta yang diperoleh dari hasil wawancara, atau hasil analisis dokumen melalui interpretasi yang tepat. Kemudian dari fakta-fakta tersebut dianalisis dengan menggunakan tinjauan hukum Islam serta Undang-Undang Perlindungan Konsumen agar menadapatkan kesimpulan.

3. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan *yuridis-normatif*. Pendekatan yang dilakukan dengan menjelaskan mengenai pelaksanaan praktik ‘jual-beli’ jasa seminar bisnis yang dianalisa dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen serta dikaitkan dengan hukum Islam. Pendekatan dilakukan guna mengetahui bagaimana praktik ‘jual-beli’ jasa seminar bisnis dalam hukum islam dan yuridis yang berpengaruh pada perlindungan konsumen peserta seminar bisnis.

4. Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer yaitu data yang diperoleh dari Lembaga Ombudman DIY melalui wawancara dengan komisaris atau asisten yang mengampu kasus perlindungan konsumen dalam jual-beli jasa seminar bisnis.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah dari buku-buku karangan ahli hukum, jurnal, skripsi, makalah, dan bahan lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini. Serta melakukan wawancara secara langsung kepada pelaku usaha (penyelenggara seminar) dan konsumen yang membeli/mengikuti seminar bisnis.

5. Teknik Pengumpulan Data

Metode untuk pengumpulan data yang digunakan penyusun untuk dapat mendukung pembahasan judul penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan untuk mencari data yang dapat memberi informasi kepada penyusun terkait dengan permasalahan yang diangkat. Dokumentasi adalah proses pencarian data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, surat kabar, agenda, majalah dan sejenisnya.³⁹ Metode ini digunakan oleh penyusun sebagai pelengkap atas data-data yang tidak diperoleh dari metode sebelumnya terkait pelaksanaan perlindungan konsumen dalam praktik ‘jual-beli’ jasa seminar bisnis di Yogyakarta.

³⁹Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, cet. ke-7, (Bogor, Ghalia Indonesia, 2009), hlm. 194.

b. Interview (wawancara)

Interview adalah cara memperoleh data melalui proses tanya jawab. dengan bertatap muka⁴⁰ dilakukan secara langsung oleh penyusun kepada komisioner atau asisten Lembaga Ombudsman DIY yang mengampu kasus yang berkaitan dengan objek penelitian. Selain wawancara dengan komisioner atau asisten Lembaga Ombudsman yang mengampu, penyusun juga melakukan wawancara dengan pelaku usaha (penyelenggara seminar bisnis) serta konsumen yang membeli/mengikuti seminar bisnis. Hal ini dengan tujuan untuk memperoleh data yang jelas, valid, dan memudahkan penyusun untuk menganalisis pokok permasalahan yang dibahas.

c. Analisis Data

Metode analisis yang digunakan penyusun adalah metode analisis kualitatif. Dari hasil analisis ini, diambil suatu kesimpulan untuk menjawab isu tersebut dan diakhiri dengan saran yang harus dilakukan berkaitan dengan isu penelitian tersebut.

G. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah penyusunan penelitian ini secara terstruktur, terarah, dan sistematis, maka perlu dipaparkan rancangan penelitian kedepan. Berikut ini merupakan sistematika pembahasan yang akan disajikan oleh peneliti.

Bab Pertama, *bab pertama* yang diawali dengan pendahuluan yang bertujuan untuk menguraikan secara secara signifikansi dilakukannya penelitian ini. Di dalam

⁴⁰A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Gabungan*, (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 372.

bab ini berisi : *pertama*, latar belakang masalah yang memuat alasan- alasan kenapa penelitian ini diteliti. *Kedua*, rumusan masalah atau pokok masalah yang merupakan penegasan terhadap apa yang terkandung dalam latar belakang masalah. *Ketiga*, tujuan yang akan dicapai dengan adanya penelitian ini. *Keeempat*, telaah pustaka sebagai literatur yang memiliki keterkaitan dengan objek penelitian. *Kelima*, kerangka teoritik sebagai pisau analisis yang akan dipakai untuk memecahkan masalah dalam melakukan penelitian ini. *Keenam*, metode penelitian berupa penjelasan langkah - langkah dalam mengumpulkan data dan menganalisis data yang telah diperoleh. *Ketujuh*, sistematika pembahasan sebagai upaya penjabaran secara sistematis mengenai judul yang telah ditentukan.

Bab kedua berisi penjelasan mengenai landasan teori secara umum yang digunakan untuk menganalisis permasalahan-permasalahan yang dirumuskan, yaitu mengenai Perjanjian dalam Hukum Islam dan Hukum Positif, *Ijārah al-‘amāl*, Perlindungan konsumen (menurut Hukum Islam dan UUPK).

Bab ketiga berisi paparan data dan hasil penelitian yang memaparkan gambaran umum pelaksanaan ‘jual-beli’ serta pelaksanaan perlindungan konsumen dalam ‘jual-beli’ jasa seminar bisnis di Yogyakarta.

Bab keempat merupakan jawaban dari masalah yang terdapat di latar belakang masalah ini. Berisi pembahasan mengenai analisis praktik ‘jual-beli’ jasa seminar bisnis tinjauan yuridis dan normatif terhadap akad/perjanjian maupun pelaksanaan perlindungan konsumen.

Bab kelima, sebagai bab terakhir yang berisi kesimpulan dan saran- saran khususnya yang berkaitan dengan penerapan perlindungan hak-hak konsumen dalam praktik jual-beli jasa, yang merupakan manifestasi harapan penyusun.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari pembahasan pada bab-bab sebelumnya, ada beberapa poin yang dapat disimpulkan mengenai keabsahan (sah atau tidaknya) akad/perjanjian dari praktik ‘jual-beli’ jasa seminar bisnis menurut hukum Islam dan hukum positif. Serta perlindungan konsumen dalam praktik ‘jual-beli’ jasa seminar bisnis dalam Islam dan hukum positif, yaitu :

1. Praktik ‘jual-beli’ jasa seminar bisnis merupakan salah satu bisnis yang semakin marak di kalangan masyarakat dimana, secara hukum Islam ‘jual-beli’ jasa seminar bisnis merupakan jual-beli jasa yang tidak sesuai dengan ketentuan dalam jual-beli jasa semestinya. Dimana dalam Islam jual beli jasa (*ijārah al-‘amal*) yang sah adalah jual beli yang telah memenuhi rukun dan syaratnya. Sementara dalam praktik ‘jual-beli’ jasa seminar bisnis belum sepenuhnya memenuhi rukun dan syarat yang ditentukan dalam hukum Islam, yaitu syarat objek jual beli dan syarat tujuan akad. Dimana apabila objek akad berupa melakukan sebuah pekerjaan, maka dari itu pekerjaan tersebut harus mungkin dan dapat dilaksanakan. Sedangkan dalam praktiknya, pekerjaan belum sepenuhnya dilaksanakan karena janji fasilitas yang ditawarkan pada saat iklan belum dilaksanakan.

Kemudian syarat kedua yang belum dipenuhi yaitu syarat tujuan akad. Dimana tercapainya tujuan akad tercermin pada terciptanya akibat hukum. Dalam hal ini, tujuan akad belum tercapai sepenuhnya karena belum dilaksanakannya beberapa kewajiban oleh pelaku usaha kepada konsumen. Kewajiban yang dimaksud adalah fasilitas yang dijanjikan pada saat iklan.

Keabsahan (sah atau tidaknya) akad/perjanjian dari praktik 'jual-beli' jasa seminar bisnis menurut hukum positif yang ditinjau dari KUH Perdata yaitu suatu perjanjian dikatakan sah apabila memenuhi empat syarat dalam KUH Perdata serta memperhatikan beberapa ketentuan dalam KUH Perdata. Berdasarkan syarat sah dan ketentuan yang terdapat pada KUH Perdata, dapat ditarik kesimpulan bahwa praktik 'jual-beli' jasa seminar bisnis merupakan suatu perjanjian yang tidak sah. Karena dalam praktiknya, 'jual-beli' tersebut terdapat wanprestasi dan unsur penipuan yang dilakukan oleh salah satu pihak.

2. Perlindungan konsumen dalam praktik 'jual-beli' jasa seminar bisnis yang telah ditentukan hukum Islam belum sepenuhnya terpenuhi dan tidak sesuai dengan perlindungan konsumen dalam Islam. Hal tersebut ditinjau dari asas-asas, hak-hak, dan kewajiban konsumen maupun pelaku usaha yang ada dalam hukum Islam. Dimana bisnis Islam merupakan bisnis yang bersandar kepada ajaran agama Islam dan Rasulullah SAW telah mengajarkan prinsip bisnis yang mengandung nilai-nilai perlindungan terhadap hak-hak konsumen.

Perlindungan konsumen dalam praktik ‘jual-beli’ jasa seminar bisnis menurut hukum positif, ditinjau menggunakan beberapa pasal yang ada di dalam UUPK. Penulis menggunakan pasal 4, pasal 5, pasal 6, pasal 7, pasal 8, pasal 9, pasal 10, dan pasal 12. Dimana di pasal-pasal tersebut terdapat hak dan kewajiban konsumen maupun pelaku usaha serta larangan bagi pelaku usaha. Berdasarkan analisis yang sudah ditinjau dari beberapa segi, baik hak dan kewajiban konsumen maupun pelaku usaha serta perbuatan yang dilarang oleh pelaku usaha dalam UUPK. Dapat ditarik kesimpulan bahwa perlindungan konsumen dalam praktik ‘jual-beli’ jasa seminar bisnis tidak sesuai dengan hukum perlindungan konsumen yang sudah ditetapkan dalam Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

B. Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian tentang praktik ‘jual-beli’ jasa seminar bisnis, maka penulis memberikan saran-saran kepada :

1. Pemerintah
 - a. Melakukan kajian dan pembinaan terutama bagi penyelenggara seminar dengan waktu tertentu untuk mendaftarkan/mengurus izin sebagai lembaga kursus non formal agar penyelenggara memiliki legalitas yang jelas terkait melakukan usaha sebagai pemberi kursus dan pelatihan sesuai aturan yang berlaku.

- b. Melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan praktik 'jual-beli' jasa seminar bisnis yang sebelumnya pemerintah telah mengetahui materi yang akan diseminarkan. Hal tersebut perlu dilakukan agar tidak ada penyalahgunaan kesempatan oleh penyelenggara seminar.
 - c. Melakukan kajian terkait substansi siaran iklan seminar dan workshop serta mengkoordinasikan dengan Komisi Penyiaran Pusat karena siaran dan penyelenggaraan seminar dan workshop dilakukan lintas provinsi di Indonesia. (dikhususkan kepada KPID DIY selaku pengawas penyiaran di TV)
2. Pelaku Usaha yang menyelenggarakan seminar bisnis untuk menerapkan beberapa prinsip etika usaha agar tercipta bisnis yang beretika dan tidak merugikan pihak lain serta lebih memperhatikan perlindungan konsumen. Kemudian pelaku usaha perlu mengurus legalitas untuk kursus dan pelatihan sesuai dengan ketentuan yang berlaku agar dapat melaksanakan transaksi jual beli yang tertib legalitas.
 3. Konsumen untuk memastikan legalitas penyelenggara seminar sebelum mengikuti seminar serta meminta dan memahami hak dan kewajiban selaku peserta seminar sebelum mengikuti seminar.

DAFTAR PUSTAKA

A. Al-Qur'an

Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Special for Woman) yang diterbitkan oleh PT. Sygma Examedia Arkanleema.

B. Hadits

Al-Albani, Muhammad Nashiruddn (2009), *Ringkasan Shahih Mulim* Jilid I Hadits Nomor 942 Bab Jual Beli, Jakarta: Pustaka Azzam.

C. Fikih dan Ushul Fikih

Fauzi, Moh., “perikatan dan perjanjian dalam hukum islam”, *Jurnal* Peningkatan Mutu Keilmuan dan Kependidikan Islam, Vol.3, No.1 (Juli 2011).

Setiawan Firman, “Al-Ijarah Al-A'mal Mustarakah dalam Perspektif Hukum Islam”, *Jurnal* Dinar, Vol.1, No.2, (2015).

Yusri M, “Kajian Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam”, *jurnal* Ulumuddin, Vol.5, Tahun 3, 2009

D. Hukum Positif

KUH Perdata

Undang-undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

E. Buku

Anshori, Abdul Ghofur (2010), *Hukum Perjanjian Islam di Indonesia*, Yogyakarta : Gadjah Mada University Press

Anwar, Syamsul (2007), *Hukum Perjanjian Syariah (Studi tentang teori akad dalam fikih muamalat)*, Jakarta : Raja Grafindo.

- Barkatullah, Ahmad Halim (2008), *Hukum Perlindungan Konsumen*, Banjarmasin : FH Unlam Press
- Dahlan dan Sanusi Bintang (2000), *Pokok-Pokok Hukum Ekonomi dan Bisnis* , Bandung : Citra Aditya Bakti.
- Ghazaly, Abdul Rahman,dkk (2010), *Fiqh Muamalat*,cet.I, Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Hariri, Wawan Muhwan (2011), *Hukum Perikatan*, Bandung : Pustaka Setia
- Haroen , Nasrun (2000), *Fiqh Muamalah*, Jakarta : Gaya Media Pratama.
- H.S., Salim (2011), *Pengantar Hukum Perdata Tertulis (BW)*, Jakarta : Sinar Grafika.
- _____ (2014), *Hukum Kontrak*, Jakarta : Sinar Grafika.
- Kristiyanti, Celina Tri Siwi (2016), *Hukum Perlindungan Konsumen*, Ed.1. Cet.5, Jakarta : Sinar Grafika.
- Muhammad dan Alimin (2004), *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, cet. I, Yogyakarta: BPFE Fakultas Ekonomi.
- Muslich, Ahmad Wardi (2015), *Fiqh Muamalat*,ed.1, cet.3, Jakarta: Amzah.
- Nazir ,Moh. (2009), *Metode Penelitian*, cet. VII, Bogor, Ghalia Indonesia.
- Sahrani, Sohari dan Ru'fah Abdullah (2011), *Fikih Muamalah*, cet.I, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sidharta (2000), *Hukum Perlindungan konsumen Indonesia*, Jakarta:Grasindo.
- Subekti (1990), *Hukum Perjanjian*, cet. ke-7Jakarta : PT Intermasa.
- Sugiyono (2016), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&d*, cet. ke-23, Bandung : Alfabeta.

Yusuf, A. Muri (2014), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Gabungan*, (Jakarta: Kencana.

F. Jurnal

Hasanah, Ulfia, “Peranan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Dalam Penegakan Hak-Hak Konsumen Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, *Jurnal Aplikasi Bisnis*”, Vol.3, No.1, (2012).

G. Skripsi

Jihan, Zidni Hikmatul Nurul, *Tinjauan Hukum Islam terhadap Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Jasa Nada Tunggu*, Skripsi Fakultas Syari’ah dan Hukum Jurusan Muamalat UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2007

Mukhlisin, *Tinjauan Hukum Islam terhadap Perlindungan Hak-Hak Konsumen dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999*, Skripsi Fakultas Syariah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2002.

Nikmatulloh, Ahmad Fauzan, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pelaksanaan Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999*, Skripsi Jurusan Muamalat Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2010.

H. Internet

Berita Bimtek, “Definisi Seminar, Lokakarya, Workshop, Bimbingan Teknis, Pendidikan dan Pelatihan, dan Sosialisasi”, <https://beritabimtek.wordpress.com/2016/07/07/definisi-seminar->

[lokakarya-workshop-bimbingan-teknis-pendidikan-dan-pelatihan-dan-sosialisasi/](#), akses pada 16 januari 2017

Ikatan Pecinta Retorika Indonesia UNM, “Apa itu Broadcast?”, <http://ipri.ukm.um.ac.id/apa-itu-broadcast/> akses 17 januari 2018.

Muchlisin Riadi, “Teori Perjanjian”, <https://www.kajianpustaka.com/2013/02/teori-perjanjian.html>, dikutip pada hari Selasa, 15 Mei 2018 pukul 13:35.

Yayasan Lembaga Perlindungan Konsumen Jawa Timur, “Hati-Hati Seminar Menyesatkan!”, <http://ylpkjatim.or.id/hati-hati-seminar-menyestakan/> diakses pada tanggal 16 januari 2018

