RELEVANSI TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA TERHADAP ETIKA BISNIS SYARI'AH
(Studi Analisis Pasal 19 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen)

Oleh :

M. Taufiq
NIM: 13.203.11071

TESIS

Diajukan kepada Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga

untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh Gelar Magister

dalam Ilmu Agama Islam Program Studi Hukum Islam

Konsentrasi Hukum Bisnis Syari'ah

YOGYAKARTA
2015

RELEVANSI TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA TERHADAP ETIKA BISNIS SYARI'AH
(Studi Analisis Pasal 19 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen)

Oleh :

M. Taufiq
NIM: 13.203.11071

TESIS

Diajukan kepada Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga

untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh Gelar Magister

dalam Ilmu Agama Islam Program Studi Hukum Islam

Konsentrasi Hukum Bisnis Syari'ah

YOGYAKARTA
2015

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: M. Taufiq, S.H.I
NIM	: 13.203.11071
Jenjang	: Magister
Program Studi	: Hukum Islam
Konsentrasi	: Hukum Bisnis Syari'ah

menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/ karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Yogyakarta, 06 Maret 2015

Yang menyatakan,

METERAI TEMPEL
880E8AAF000088354
6000 DJP

M. TAUFIQ, S.H.I
NIM:13.203.11071

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: M. Taufiq, S.H.I
NIM	: 1320311071
Jenjang	: Magister
Program Studi	: Hukum Islam
Konsentrasi	: Hukum Bisnis Syari'ah

menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika dikemudian hari terbukti melakukan plagiasi, maka saya siapditindak sesuai ketentuan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 06 Maret 2015

Yang menyatakan,

METERAI TEMPEL
8888AMF000088372
6000 DJP

M. TAUFIQ, S.H.I
NIM:13.203.11071

KEMENTRIAN AGAMA
UIN SUNAN KALIJAGA
PASCASARJANA
YOGYAKARTA

PENGESAHAN

Tesis berjudul	: RELEVANSI TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA TERHADAP ETIKA BISNIS SYARI'AH (Studi Analisis Pasal 19 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen)
Nama	: M. Taufiq, S.H.I
NIM	: 13.203.11071
Prodi	: Hukum Islam
Kosentrasi	: Hukum Bisnis Syari'ah
Tanggal Ujian	: 11 Maret 2015

telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister Studi Islam (M.S.I).

Yogyakarta, 27 Maret 2015

Direktur,

KEMENTERIAN AGAMA PASCASARJANA YOGYAKARTA UIN SUNAN KALIJAGA

Prof. Noorhaidi, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D
NIP. 19711207 199503 1 002

KEMENTRIAN AGAMA
UIN SUNAN KALIJAGA
PASCASARJANA
YOGYAKARTA

PERSETUJUAN TIM PENGUJI
UJIAN TESIS

Tesis berjudul : RELEVANSI TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA TERHADAP ETIKA BISNIS SYARI'AH (Studi Analisis Pasal 19 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen)

Nama : M. Taufiq, S.H.I

NIM : 13.203.11071

Prodi : Hukum Islam

Kosentrasi : Hukum Bisnis Syari'ah

telah disetujui dewan tim penguji ujian munaqosah

Ketua : Dr. Mahmud Arif, M.Ag. (3/3-15)

Sekretaris : Drs. Kholid Zulfa, M.Si. ( )

Pembimbing/Penguji : Dr. Syafiq Mahmadah Hanafi, S.Ag.,M.Ag. ( )

Penguji : Dr. Bachruddin, M.Si. ( )

Diuji di Yogyakarta pada tanggal 11 Maret 2015

Waktu : 10.00 s.d 11.00 WIB

Hasil Nilai : A

Predikat : ~~Memuaskan~~ / Sangat Memuaskan / ~~Cumlaude~~

Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada
Yth. Direktur Program Pascasarjana
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr. wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul :

RELEVANSI TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA TERHADAP ETIKA BISNIS SYARI'AH (Studi Analisis Pasal 19 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen)

Yang ditulis oleh :

Nama	: M. Taufiq, S.H.I
NIM	: 1320311071
Jenjang	: Magister (S2)
Program Studi	: Hukum Islam
Konsentrasi	: Hukum Bisnis Syari'ah

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Magister Hukum Islam.

Wassalamu'alaikum wr. wb

Yogyakarta, 27 Februari 2015
Pembimbing

Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, S.Ag.,M.Ag
NIP. 19670518 199703 1 003

ABSTRAK

Era globalisasi membawa pelaku bisnis untuk tidak memperhatikan lagi tanggung jawabnya sebagai pelaku usaha dan etika berbisnis, padahal setiap pelaku usaha harus bertanggungjawab atas produk yang dihasilkan atau diperdagangkan. Mengingat lemahnya kedudukan konsumen pada umumnya dibandingkan dengan kedudukan produsen yang relatif lebih kuat dalam banyak hal, maka pembahasan perlindungan konsumen akan selalu terasa penting untuk dikaji ulang. Hal ini yang melatarbelakangi penulis mengangkat tema Relevansi Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Etika Bisnis Syari'ah (Studi Analisis Pasal 19 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen). Melihat realita yang ada maka penulis memfokuskan tentang bagaimana ruang lingkup tanggung jawab pelaku usaha relevansinya dengan etika bisnis syari'ah melalui analisis Pasal 19 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan bagaimana pandangan Islam mengenai konsep tanggung jawab pelaku usaha sebagai bentuk perlindungan konsumen.

Dalam penelitian ini, penulis mencoba mengkaji dengan menggunakan *library research* (penelitian kepustakaan). Sumber data diambil dari sumber primer maupun sekunder. Sumber primer berupa Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Sedangkan Sumber data sekunder diambil dari buku-buku maupun kitab-kitab yang terkait dengan pembahasan tesis ini, termasuk juga di dalam artikel-artikel, jurnal, makalah, koran maupun internet. Pendekatan yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah pendekatan yuridis-normatif.

Berdasarkan analisa yang dilakukan penulis, ruang lingkup tanggung jawab pelaku usaha meliputi tanggung jawab produsen dalam menjaga kualitas produk dengan membatasi resiko kerugian yang diderita konsumen seminimal mungkin dan sangat relevan dengan etika bisnis syari'ah dikarenakan salah satu titik fokus dari sifat nabi dan lima aksioma yang dikemukakan oleh Al-Qur'an sebagai nilai-nilai etika bisnis syari'ah adalah mengenai Tanggung Jawab akan kerugian. Selanjutnya pandangan Islam mengenai konsep tanggung jawab pelaku usaha sebagai perlindungan konsumen sejalan dengan hukum Positif yang ada di Indonesia, yakni bertujuan untuk melindungi pihak-pihak yang lemah agar tidak ada yang merasa dirugikan.

Kata Kunci: Tanggung Jawab Pelaku Usaha, Etika Bisnis Syari'ah

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi huruf Arab ke dalam huruf latin yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 05936/U/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	Sa’	ṡ	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	j	je
ح	Ha’	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha’	kh	ka dan ha
د	Dal	d	de
ذ	Zal	ż	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra’	r	er
ز	Za’	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye

ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta’	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	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

متعدّدة	ditulis	Muta’addidah
عدّة	ditulis	‘iddah

III. *Ta’marbutah* di akhir kata

a. Bila dimatikan ditulis h

حكمة جزية	ditulis ditulis	*hikmah* *jizyah*

b. Bila diikuti dengan kata sandang ‘al’ serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis *h*

كرامةالاولياء	Ditulis	*Karāmah al-auliya’*

c. Bila ta’marbutah hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah dan dammah ditulis *t*

زكاة الفطر	Ditulis	*zakātul fiṭri*

IV. Vokal Pendek

__َ__	fathah	ditulis	*a*
__ِ__	kasrah	ditulis	*i*
__ُ__	dammah	ditulis	*u*

V. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif	جاهلية	ditulis	*ā jāhiliyyah*
2.	Fathah + ya' mati	تنسى	ditulis	*ā tansā*
3.	Kasrah + ya' mati	كريم	ditulis	*ī karīm*
4.	Dammah + wawu mati	فروض	ditulis	*ū furūḍ*

VI. Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya mati بينكم	ditulis ditulis	*ai* *bainakum*
2.	Fathah + wawu mati قول	ditulis ditulis	*au* *qaul*

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

أأنتم	ditulis	*a'antum*
أعدّ ت	ditulis	*'u'iddat*
لئن شكرتم	ditulis	*la'in syakartum*

VIII. Kata sandang Alif + Lam

a. Bila diikuti huruf *Qomariyah ditulis L (el)*

القرا ن القيا س	*Ditulis* *Ditulis*	*Al-Qur'ān* *Al-Qiyās*

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

السماء الشمس	ditulis ditulis	*as-Samā'* *Asy-Syams*

IX. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

ذوي الفروض أهل السنة	ditulis ditulis	*Zawi al-furūḍ* *Ahl as-Sunnah*

X. Pengecualian

Sistem transliterasi ini tidak berlaku pada:

a. Kosa kata Arab yang lazim dalam Bahasa Indonesia dan terdapat dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, misalnya: Al-Qur'an, hadits, mazhab, syariat, lafaz.
b. Judul buku yang menggunakan kata Arab, namun sudah dilatinkan oleh penerbit, seperti judul buku *Al-Hijab*.
c. Nama pengarang yang menggunakan nama Arab, tapi berasal dari negera yang menggunakan huruf latin, misalnya Quraish Shihab, Ahmad Syukri Soleh.
d. Nama penerbit di Indonesia yang menggunakan kata Arab, misalnya Toko Hidayah, Mizan.

KATA PENGANTAR

بسم الله الرحمن الرحيم

الحمد لله ربّ العالمين, نحمده ونستعينه ونستغفره, ونعوذ بـــالله من شرور أنفسنا ومن سيّئآت أعمالنا من يهد الله فلا مضـلّ له ومن يضلل فلا هادي له, أشهـدأن لاإله إلا الله وحده لاشريك له وأشهد أنّ محمــدا عبده ورسوله, أرسلـــه وبخلق القرآن جمّله صلى الله وبارك عليه وعلى آله وأصحابه والتّابعين ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدّين. أمّابعد.

Segala puji senantiasa penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan nikmat yang sempurna, rahmat, hidayah dan kekuatan kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir penyusunan tesis untuk memperoleh gelar magister dalam ilmu agama Islam program studi hukum Islam konsentrasi hukum bisnis syari'ah di Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Shalawat serta Salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, keluarga serta sahabat yang telah membawa perubahan bagi peradaban dunia dengan hadirnya agama Islam sebagai peradaban terbesar yang tak lekang oleh zaman, dan telah memberikan contoh suri tauladan bagi seluruh umat.

Merupakan satu tugas bagi penulis untuk menyelesaikan tesis ini dan alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul **"Relevansi Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Etika Bisnis Syari'ah (Studi Analisis Pasal 19 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen)".** Untuk itu sebagai ungkapan rasa syukur, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Drs. H. Akh. Minhaji, MA.,Ph.D selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Noorhaidi, S.Ag., MA., M.Phil., Ph.D selaku Direktur Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

3. Bapak Dr. Syafiq Mahmadah Hanafi, S.Ag.,M.Ag dan Bapak Drs. Kholid Zulfa, M.Si, selaku ketua dan sekretaris prodi Hukum Islam Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Dr. Syafiq Mahmadah Hanafi, S.Ag.,M.Ag selaku pembimbing yang dengan ikhlas dan sabar telah mencurahkan waktu dan perhatiannya untuk membimbing dan mengarahkan dalam penyusunan tesis ini.
5. Seluruh dosen prodi Hukum Islam kosentrasi Hukum Bisnis Syariah Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah mencurahkan segala tenaga dan pikiran sehingga penulis dapat mengembangkan cakrawala keilmuan.
6. Ibu Fenti yang telah banyak membantu dalam pelaksanaan kuliah dan segala administrasi yang berkaitan dengan penyelesaian tesis ini.
7. Ayahanda Dailami.S, (alm) Ibunda Rosmiati dan Ibunda baru, terima kasih atas semua perhatian, bimbingan, kasih sayang dan cintanya, semoga saya selalu menjadi anak yang shaleh dan berguna.
8. Kakak-kakakku, Kak Devi, Bang Dony, Kak Een, dan Kak Puput terimakasih atas dukungan moril dan materiil yang selama ini kalian berikan untukku.
9. Keluargaku di Panti Asuhan Bintan Sa'adillah Ar-Rasyid, Pak Mukhlisin, Ibu Khimsin, Mas Fahmi, Mas Beben, Alif, Danesh, Rahmat, Aldi, Dian, Sulis, Faishol, Dini, Hida, Nur, Anis, Ifah, Ulfi, Farah, Rara, Nurul, Farida, Faizin, Irul, Hendri dan Joko. Terimakasih ilmu, do'a dan semangat serta kebersamaan yang kita lalui.
10. **نورجنة** terimakasih atas motivasi, senyuman, serta kasih sayang tulus yang selalu menghiasi perjalanan panjang ini, semoga ridho-Nya selalu mengiringi kebersamaan kita.

11. Sahabat-sahabatku, Nigil, Fahruddin, Kudrat, B.U, Gus Fikri, Irfangi, kawan-kawanku di kelas MU angkatan 2009, teman-teman di Madrasah Aliyah Ali Maksum, kawan-kawan Asy-Syathibi, Asikumi (blue, aji, banonk, basith, Ajik), terimakasih do'a dan semangatnya.
12. Teman-teman seperjuangan di Hukum Bisnis Syari'ah (HBS) Non Reguler 2013 : Kang Andi Putra, Kang Khoirudin, Kang Andi Ardian, Kang Cahyo, Kang Ravee, Kang Ongky, Kang Husen, Kang Ubed, Mbak Rahmah, Mbak Ratna, Mbak Anna, dan Mbak Na'afi, terimakasih kebersamaanya dua tahun ini, semoga kita bertemu dalam keadaan sukses semuanya.

Harapan penulis semoga Allah SWT memberikan pahala yang setimpal kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penulisan tesis ini teriring dengan do`a *Jazākumullāh Ah}san al-Jazā`*. Penulis menyadari adanya banyak kekurangan untuk dikatakan sempurna, dari itu penulis menghargai saran dan kritik untuk akhir yang lebih baik.

Yogyakarta, 26 Februari 2015

Penulis,

M. Taufiq
NIM : 13.203.11071

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN ii

HALAMAN BEBAS PLAGIASI iii

HALAMAN PENGESAHAN iv

HALAMAN PERSETUJUAN v

NOTA DINAS PEMBIMBING vi

ABSTRAK vii

HALAMAN TRANSLITERASI viii

KATA PENGANTAR xiii

DAFTAR ISI xv

BAB I PENDAHULUAN 1

- **A. Latar Belakang Masalah** 1
- **B. Rumusan Masalah** 11
- **C. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian** 11
- **D. Kajian Pustaka** 12
- **E. Kerangka Teoritik** 17
- **F. Metode Penelitian** 30
- **G. Sistematika Pembahasan** 32

BAB II TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA DALAM ISLAM 34

- **A. Tanggung Jawab dan Dasar Hukumnya** 34
  - 1. Pengertian Tanggung Jawab 34

2. Dasar Hukum Tanggung Jawab Pelaku Usaha 37

B. Syarat-Syarat Pertanggung Jawaban Pelaku Usaha 46

C. Jenis-Jenis Pertanggung Jawaban Pelaku Usaha 51

D. Tinjauan Umum Tentang Ḍoman 56

BAB III TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG NO. 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN 61

A. Latar Belakang Lahirnya UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen 61

B. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Menurut UU No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.....70

BAB IV RELEVANSI TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA TERHADAP ETIKA BISNIS SYARI'AH 80

A. Ruang Lingkup Tanggung Jawab Pelaku Usaha Relevansinya Dengan Etika Bisnis Syari'ah 80

B. Pandangan Islam Mengenai Konsep Tanggung Jawab Pelaku Usaha Sebagai Bentuk Perlindungan Konsumen 96

BAB V PENUTUP.....107

A. Kesimpulan 107

B. Saran-Saran 109

REFRENSI 110

CURICULUM VITAE

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi sudah membawa perubahan besar dalam semua lini kehidupan masyarakat, baik sosial, politik, hukum, ekonomi dan lain sebagainya. Dalam lini ekonomi, perekonomian seakan menjadi nyawa bagi setiap manusia, masyarakat, bangsa dan negara. Disadari atau tidak bahwa setiap manusia di dunia ini tidak akan bisa lepas dari yang namanya dunia perekonomian karena hal ini merupakan salah satu fitrah manusia dalam menjalani kehidupannya.[1]

Salah satu dari kegiatan perekonomian tersebut adalah bisnis. Selama ini banyak orang memahami bisnis adalah bisnis, yang tujuan utamanya memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya. Hukum ekonomi klasik yang mengendalikan modal sekecil mungkin dan mengeruk keuntungan sebesar mungkin telah menjadikan para pelaku bisnis menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan, mulai dari cara memperoleh bahan baku, bahan yang digunakan, tempat produksi, tenaga kerja, pengelolaannya, dan pemasarannya dilakukan seefektif dan seefesien mungkin. Hal ini tidak mengherankan jika para pelaku bisnis jarang memperhatikan tanggungjawab sosial dan mengabaikan etika bisnis.[2] Perilaku manusia yang menjadi wilayah kompetensi moral, sekarang banyak orang mempertanyakan kembali kompetensi, sekaligus peran

[1] Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), hlm. 31.
[2] R. Lukman Fauroni, *Etika Bisnis dalam al-Qur'an*, (Yogyakarta: LKiS, 2006), hlm. V.

dan kemampuan moral untuk mengantisipasi, mengatur dan mengendalikan moral masyarakat.[3]

Sepanjang sejarah kegiatan bisnis tidak pernah luput dari sorotan etika. Perhatian etika untuk bisnis dapat dikatakan seumur dengan bisnis itu sendiri. Perbuatan menipu dalam bisnis, mengurangi timbangan atau takaran, berbohong merupakan contoh-contoh kongkret adanya hubungan antara etika dan bisnis. Namun demikian, bila menyimak etika bisnis seperti dikaji dan dipraktikkan sekarang, tidak bisa disangkal bahwa terdapat fenomena baru dimana etika bisnis mendapat perhatian yang besar dan intensif sampai menjadi status sebagai bidang kajian ilmiah yang berdiri sendiri.[4]

Islam dalam pandangannya menyangkut ekonomi tidak terlepas dari pandangan moral. Moral harus dipertimbangkan mulai awal proses berbisnis, hingga target utama dari bisnis bersangkutan. Dalam Islam tidak ada pemisahan nilai moral dengan praktek hukum. Ada perbedaan antara undang-undang formal dan nilai-nilai moral, yaitu bahwa Undang-Undang formal memberi sanksi pelanggaran atas tindakan melawan hukum, sedangkan hukum moral tidak. Namun hukum moral sampai ke dalam, hingga melihat hal yang bersifat niat atau motif.[5]

---

[3] Muhammad Djakfar, *Agama, Etika dan Ekonomi, Wacana Menuju Pengembangan Ekonomi Rabbaniyah*, (Malang: UIN Malang Press, 2007), hlm. 4.

[4] K. Bertens, *Pengantar Etika Bisnis*, (Yogyakarta: Kanisius, 2000), hlm. 37-38.

[5] M. Faruq an-Nabahan, *Sistem Ekonomi Islam Pilihan Setelah Kegagalan Sistem Kapitalis dan Sosialis*,(Yogyakarta: UII Press, cet. 1, 2000), hlm. 12.

Islam memiliki pedoman dalam mengarahkan umatnya untuk melaksanakan amalan. Pedoman tersebut adalah Al Qur'an dan Sunnah Nabi. Sebagai sumber ajaran Islam, setidaknya dapat menawarkan nilai-nilai dasar atau prinsip-prinsip umum yang penerapannya dalam bisnis disesuaikan dengan perkembangan zaman dan mempertimbangkan dimensi ruang dan waktu.[6]

Tujuan bisnis tidak semata-mata bersifat material-kuantitatif, tetapi sekaligus immaterial-kualitatif dan lebih dari itu mengutamakan hal yang bersifat kualitatif-immaterial dari tujuan kualitatif yang bersifat immaterial. Sebaliknya ia menyatukan tujuan keduanya dalam bingkai etika bisnis, yakni bisnis yang dilandasi oleh kesadaran menjauhkan diri dari salah satu praktek bisnis terlarang pada satu sisi dan kesadaran akan bisnis yang baik yaitu bisnis dilakukan dengan kerelaan serta jauh dari adanya kerugian, penipuan dan akibat-akibat lain yang bersifat destruktif baik bagi pelaku maupun masyarakat.[7]

Al-Qur'an secara tegas menunjukkan bisnis yang dapat menyelamatkan dari kenistaan dan siksa. Firman Allah dalam Q.S Aṣ-Ṣaff ayat 10-11 :[8]

---

[6] R. Lukman Fauroni, *Visi Al-Qur'an tentang Etika dan Bisnis*, (Jakarta: Salemba Dunia, Edisi I, 2002), hlm. 84.

[7] *Ibid.*, hlm. 88.

[8]" Hai orang-orang yang beriman, sukakah kamu aku tunjukkan suatu perniagaan yang dapat menyelamatkanmu dari azab yang pedih? (yaitu) kamu beriman kepada Allah dan RasulNya dan berjihad di jalan Allah dengan harta dan jiwamu. Itulah yang lebih baik bagimu, jika kamu mengetahui". Dalam Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemahnya Dilengkapi Asbabun Nuzulmdan Hadits Sahih,* (Jakarta : PT. Sygma Examedia Arkanleema, 2010), hlm. 552.

يَـٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ هَلۡ أَدُلُّكُمۡ عَلَىٰ تِجَـٰرَةٖ تُنجِيكُم مِّنۡ عَذَابٍ أَلِيمٖ ﴿١٠﴾ تُؤۡمِنُونَ
بِٱللَّهِ وَرَسُولِهِۦ وَتُجَـٰهِدُونَ فِي سَبِيلِ ٱللَّهِ بِأَمۡوَٰلِكُمۡ وَأَنفُسِكُمۡۚ ذَٰلِكُمۡ خَيۡرٞ لَّكُمۡ إِن
كُنتُمۡ تَعۡلَمُونَ ﴿١١﴾

Ayat ini memberi pemahaman bahwa adanya proses dan tujuan bisnis tidak semata-mata sementara, sebaliknya bersifat abadi untuk mendapatkan keuntungan yang sebenarnya. Bisnis yang hakiki adalah bisnis yang dapat menyelamatkan manusia dari azab yang pedih. Jihad sebagai optimalisasi dan pengejawantahan potensi diri dan masyarakat, disebutkan pada ayat tersebut dapat dilakukan baik dengan harta maupun jiwa. Dengan demikian pengelolaan dan pendayagunaan harta benda yang baik untuk tujuan kemakmuran masyarakat dapat dipahami sebagai jihad. Ayat ini pun menjauhkan dari bisnis yang dilakukan dengan cara-cara tertutup dan terselubung. Hal ini karena bisnis seperti itu hanya akan membawa kepada akibat yang merugikan (mendapat azab). Sebaliknya suatu bisnis harus dilakukan dengan ketelitian dan keseksamaan serta keterbukaan.[9]

Etika bisnis Al Qur'an dengan demikian memposisikan pengertian bisnis pada hakekatnya merupakan usaha manusia untuk mencari keridhaan Allah. Bisnis tidak bertujuan jangka pendek, individual dan semata-mata keuntungan

[9] R. Lukman Fauroni, *Visi Al-Qur'an tentang Etika dan Bisnis*, (Jakarta: Salemba Dunia, Edisi I, 2002), hlm. 84.

yang berdasarkan kalkulasi matematis, tetapi bertujuan jangka pendek sekaligus jangka panjang, yaitu tanggung jawab pribadi dan sosial di hadapan masyarakat negara dan Allah.[10]

Setiap orang, pada suatu waktu, dalam posisi sendiri maupun berkelompok bersama orang lain, dalam keadaan apapun pasti menjadi konsumen untuk suatu produk barang atau jasa tertentu. Keadaan universal ini pada beberapa sisi menunjukkan adanya berbagai kelemahan pada konsumen, sehingga konsumen tidak mempunyai kedudukan yang aman. Oleh karena itu secara mendasar konsumen juga membutuhkan perlindungan hukum yang universal. Mengingat lemahnya kedudukan konsumen pada umumnya dibandingkan dengan kedudukan produsen yang relatif lebih kuat dalam banyak hal, maka pembahasan perlindungan konsumen akan selalu terasa penting untuk dikaji ulang.

Perlindungan terhadap konsumen dipandang secara materiil maupun formal menjadi sangat penting, majunya ilmu pengetahuan dan teknologi yang merupakan motor penggerak bagi produktifitas dan efisiensi produsen atas barang atau jasa yang dihasilkan dalam rangka mencapai sasaran usaha. Dalam rangka mengejar dan mencapai kedua hal tersebut akhirnya baik langsung atau tidak langsung, maka konsumenlah yang pada umumnya akan merasakan dampaknya. Dengan demikian upaya-upaya untuk memberikan perlindungan yang memadai terhadap kepentingan konsumen merupakan suatu hal yang

[10] *Ibid.*

penting dan mendesak, untuk segera dicari solusinya, mengingat sedemikian kompleksnya permasalahan yang menyangkut perlindungan konsumen, lebih-lebih menyongsong era perdagangan bebas yang akan datang.[11]

Konsumen yang keberadaannya sangat tidak terbatas , dengan strata yang sangat bervariasi menyebabkan produsen melakukan kegiatan pemasaran dan distribusi produk barang dan jasa dengan cara-cara yang seefektif mungkin agar dapat mencapai konsumen yang sangat majemuk tersebut. Untuk itu semua cara pendekatan diupayakan sehingga mungkin menimbulkan berbagai dampak, termasuk keadaan yang menjurus pada tindakan yang bersifat negatif bahkan tidak terpuji yang berawal dari itikad buruk. Dampak buruk yang lazim terjadi anrtara lain menyangkut kualitas atau mutu barang, informasi yang tidak benar bahkan menyesatkan, pemalsuan dan sebagainya.[12]

Manusia adalah makhluk yang memiliki sifat bertanggungjawab, karena ia memiliki kemampuan untuk memilih secara sadar dalam meraih cita-cita dalam hidupnya. Sadar akan hal demikian berarti mengetahui tentang kondisi yang ada dan konsekuensi yang akan ditimbulkannya. Manusia dapat berperan secara baik dalam kelompok kecil maupun masyarakat bahkan dalam membentuk ulang norma-norma di sekitarnya ketika berhadapan dengan tantangan-tantangan dan persoalan-persoalan baru. Manusia juga memiliki kemampuan untuk

---

[11] Sri Redjeki Hartono, *Aspek-aspek Hukum Perlindungan Konsumen Pada Era Perdagangan Bebas*, dalam Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati *(*Eds) Hukum Perlindungan Konsumen, (Bandung: Mandar Maju, 2000), hlm. 33.

[12] *Ibid.*, hlm. 34.

membuat pilihan-pilihan secara mandiri dalam hidup dengan daya kebebasan yang dimilikinya.[13]

Pada dasarnya hidup manusia adalah pengalaman bersama, bahkan dalam unsur-unsurnya yang individual sekalipun merupakan kehidupan bersama dan tingkah laku manusia di dalam strukturnya yang asasi selalu muncul pada pribadi lain. Dengan kata lain manusia adalah anak masyarakat yang harus bertanggungjawab atas amal perbuatannya. Dengan demikian setiap orang harus memiliki pertanggungjawaban dalam pengertian bahwa ketika mengikat dirinya, merasa bertanggungjawab terhadap baik buruknya suatu masyarakat, ia harus tanpa mundur untuk mengejar kebenaran secara terus menerus yang disertai oleh keterbukaan untuk menerima kebenaran yang menyakitkan.[14]

Setiap pelaku usaha harus bertanggungjawab atas produk yang dihasilkan atau diperdagangkan. Tanggungjawab pelaku usaha ini di namakan dengan tanggung gugat produk sebagai terjemahan dari kata *product liability*. Tanggung gugat produk ini timbul dikarenakan kerugian yang dialami konsumen sebagai akibat dari produk yang cacat, bisa dikarenakan kekurangcermatan dalam memproduksi, tidak sesuai dengan yang dijanjikan/jaminan, atau kesalahan yang dilakukan oleh pelaku usaha. Dengan demikian tanggung gugat produk ini bisa

---

[13] R. Lukman Fauroni, *Visi Al-Qur'an tentang Etika dan Bisnis*, (Jakarta: Salemba Dunia, Edisi I, 2002), hlm. 95.

[14] *Ibid.*, hlm. 100.

dikarenakan pelaku usahanya ingkar janji atau melakukan perbuatan melawan hukum.[15]

Dengan demikian, yang dimaksud dengan *product liability* adalah suatu tanggungjawab secara hukum dari orang atau badan yang menghasilkan suatu produk atau dari orang atau badan yang bergerak dalam suatu proses untuk menghasilkan suatu produk atau dari orang atau badan yang menjual atau mendistribusikan produk tersebut. Tanggungjawab tersebut sehubungan dengan produk yang cacat/rusak sehingga menyebabkan atau turut menyebabkan kerugian bagi pihak lain (konsumen) baik kerugian badaniah, kematian atau harta benda.[16]

Sebagai konsekuensi hukum dari pelarangan yang diberikan oleh undang-undang tentang perlindungan konsumen No 8 Tahun 1999 dan sifat perdata dari hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen, maka demi hukum, setiap pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha yang merugikan konsumen memberi hak kepada konsumen yang dirugikan tersebut untuk meminta pertanggungjawaban dari pelaku usaha yang merugikannya, serta untuk menuntut ganti rugi atas kerugian yang diderita oleh konsumen tersebut.[17]

Dengan disahkannya UU No 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen ini diharapkan dapat mendidik masyarakat Indonesia untuk lebih

---

[15] Rachmadi Usman, *Hukum Ekonomi dalam Dinamika*, (Jakarta: Djambatan, 2000), hlm.217.

[16] Saefullah, *Tanggung Jawab Produsen dalam Era Perdagangan Bebas*, dalam Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, (Eds) Hukum Perlindungan Konsumen, (Bandung: Mandar maju), hlm. 46.

[17] Gunawan Wijaya dan Ahmad Yani, *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Gramedia pustaka Utama, 2000), hlm. 59.

menyadari akan segala hak-hak dan kewajiban-kewajibannya yang dimiliki terhadap pelaku usaha, di mana dikatakan 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. Hal ini berarti bahwa upaya untuk melindungi kepentingan konsumen yang dilakukan melalui perangkat hukum, diharapkan mampu menciptakan norma hukum perlindungan konsumen dan di sisi lain memberikan rasa tanggungjawab kepada dunia usaha.

Dewasa ini sayangnya masih banyak kasus tentang lemahnya rasa tanggungjawab pelaku usaha, contoh seperti Kasus Gugatan soal mobil Nissan March antara PT Nissan Motor Indonesia vs pembeli Ludmilla Arif. Informasi yang diiklankan PT Nissan Motor Indonesia di berbagai media bahwa Nissan March mengkonsumsi satu liter bensin untuk jarak bensin 21,8 km. Karena itulah Ludmilla Arif berkeyakinan membeli satu unit untuk dipakai sehari-hari. “Di iklan itu ditulis berdasarkan hasil tes majalah Autobild edisi 197 tanpa mencantumkan rute kombinasi,” imbuhnya.[18]

Pihak PT Nissan Motor Indonesia melakukan tiga kali pengujian setelah pemberitahuan Ludmilla Arif. Ludmilla Arif hanya ikut dua kali proses pengujian. Lantaran tak mendapatkan hasil, Ludmilla Arif meminta dilakukan tes

[18]Andi Saputra, *mahkamah agung mulai adili sengketa nissan march boros*, dalam http://news.detik.com/read/2012/12/21/110651/2124335/10/mahkamah-agung-mulai-adili-sengketa-nissan-march-boros di akses tanggal 2 November 2014.

langsung di jalan dengan mengikutsertakan saksi. “Saya berharap diadakan *road test* dengan ada saksi,” kata karyawati swasta itu.

Kasus ini akhirnya masuk ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Jakarta. Ludmilla Arif meminta tanggung jawab PT Nissan Motor Indonesia. Perjuangannya berhasil, Putusan BPSK 16 Februari 2012 memenangkan Ludmilla Arif. BPSK menyatakan PT Nissan Motor Indonesia melanggar Pasal 9 ayat (1) huruf *k* dan Pasal 10 huruf *c* Undang-Undang Perlindungan Konsumen. PT Nissan Motor Indonesia diminta membatalkan transaksi, dan karenanya mengembalikan uang pembelian Rp150 juta. Tidak terima dengan putusan itu, PT Nissan Motor Indonesia mengajukan kasasi.[19]

Berdasarkan kasus diatas menunjukkan bahwa terkadang promosi iklan sangat tidak beretika bisnis sehingga merugikan konsumen. Ketika konsumen dirugikan seharusnya pelaku usaha dalam ha ini PT Nissan Motor Indonesia bertanggungjawab atas cacat produknya dengan cara mengganti rugi kerugian pembeli. Tetapi karena masih lemahnya rasa tanggungjawab pelaku usaha, terlihat dari PT Nissan Motor Indonesia mengajukan kasasi karena tidak terima dengan putusan, padahal dalam pasal 19 UU No 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen mengatur tanggung jawab kesalahan pelaku usaha terhadap produk yang dihasilkan atau diperdagangkannya. Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas : Kerusakan, Pencemaran, dan kerugian konsumen.

---

[19] *Ibid.*

Bertitik tolak dari latar belakang masalah di atas dan dengan melihat realita yang ada, kiranya perlu diadakan suatu pembahasan yang lebih lanjut dan lebih jelas sehingga penulis tertarik untuk mengkaji dalam bentuk tesis dengan judul **Relevansi Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Etika Bisnis Syari'ah (Studi Analisis Pasal 19 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen).** Melalui tesis ini penulis membatasi bahwa pelaku usaha di sini adalah pabrik, distributor maupun agen dan produknya adalah produk fisik serta pelaku usaha yang dimaksud adalah pelaku usaha yang telah memahami etika bisnis syari'ah.

B. Rumusan Masalah

Bertitik tolak dari latar belakang masalah di atas, maka untuk memudahkan penelitian lebih lanjut, peneliti memfokuskan penelitiannya pada beberapa rumusan masalah berikut :

1. Bagaimana ruang lingkup tanggung jawab pelaku usaha dan relevansinya dengan etika bisnis syari'ah melalui analisis Pasal 19 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen?
2. Bagaimana pandangan Islam mengenai konsep tanggung jawab pelaku usaha sebagai bentuk perlindungan konsumen?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berangkat dari beberapa uraian di atas, maka dalam pembahasan selanjutnya perlu diketahui tujuan dari penelitian ini. Dengan adanya tujuan ini

dapat diperoleh jawaban yang lebih jelas dari beberapa pertanyaan di atas. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menjelaskan bagaimana ruang lingkup tanggung jawab pelaku usaha relevansinya dengan etika bisnis syaria'ah melalui analisis Pasal 19 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
2. Untuk menjelaskan bagaimana pandangan Islam mengenai konsep tanggung jawab pelaku usaha sebagai bentuk perlindungan konsumen.

Adapun kegunaan yang diharapkan dalam penyusunan penelitian ini adalah:

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan *khazanah* ilmu pengetahuan dan pemahaman tentang bagaimana pandangan Islam mengenai konsep tanggung jawab sosial perusahaan kaitannya dengan etika bisnis serta ruang lingkup tanggung jawab pelaku usaha relevansinya dengan etika bisnis syari'ah melalui analisis Pasal 19 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, khususnya kepada mahasiswa Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Konsentrasi Hukum Bisnis Syari'ah maupun masyarakat luas pada umumnya.
2. Secara praktis, penelitian ini merupakan bahan masukan untuk peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian berkaitan dengan masalah ini.

D. Kajian Pustaka

Langkah awal untuk mendukung penelaahan yang komprehensif, seperti yang telah dikemukakan dalam latar belakang masalah, maka perlu dilakukan

kajian terlebih dahulu dalam penelitian ini, yakni menelusuri pustaka atau karya-karya tulis yang mempunyai relevansi terhadap judul tesis Relevansi Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Etika Bisnis Syari'ah (Studi Analisis Pasal 19 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen). Karya-karya ilmiah seperti jurnal, skripsi, tesis, dan karya-karya ilmiah lain tidak sedikit yang mengkaji tentang tema di atas. Diantaranya adalah:

Tesis Zakyah Eryunia "Tinjauan yuridis pertanggungjawaban produsen atas pernyataan kadaluarsa pada produk makanan dan minuman berdasarkan Undang-Undang No.8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen". Metode yang digunakan penulis dalam tesis ini pendekatan normatif yuridis penulis mencoba menjawab permasalahan yang ada dengan meneliti mengenai pertanggungjawaban produsen atas pernyataan kadaluarsa pada produk makanan dan minuman berdasarkan Undang-Undang No.8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Hasil penelitian menyatakan bahwa hukum positif yang diterapkan dalam permasalahan produk makanan dan minuman kadaluwarsa adalah Undang-undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), khususnya Pasal 8 ayat (1) huruf g. Dari isi pasal tersebut, walaupun tidak secara tegas ditentukan pihak mana yang menentukan tanggal kadaluwarsa produk makanan dan minuman, tetapi tersirat bahwa pihak produsenlah yang harus menentukan tanggal kadaluwarsa produk makanan dan minuman dengan menggunakan salah satu metode yang ada, salah satunya yaitu Accelerated Self Life Test (ASLT). Pertanggungjawaban produsen atas kerugian konsumen akibat mengkonsumsi

produk makanan dan minuman kadaluwarsa berupa Product Liability, dengan menganut asas strict liability yaitu pertanggungjawaban mutlak, namun hal tersebut tidak secara konsisten dilaksanakan, karena adanya kerancuan dalam pasal 19 UUPK. Upaya konsumen yang merasa dirugikan akibat mengkonsumsi produk makanan dan minuman kadaluwarsa dapat menempuh berbagai cara. Menurut Undang-undang Perlindungan Konsumen terdapat 2 (dua) cara yaitu melalui pengadilan dan melalui luar pengadilan (secara damai antara para pihak atau melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Dengan adanya UUPK dan peraturan perundang-undangan lainnya yang relevan dengan masalah pernyataan kadaluwarsa oleh produsen, diharapkan dapat memberikari kepastian hukum bagi konsumen walaupun pada kenyataannya belum sepenuhnya berjalan efektif. [20]

Tesis Anggia Dyarini M "Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha Perangkat Lunak Kepada Konsumen: Kajian Perbandingan Lisensi Standard Software, Bespoke Software Dan Customized Software".[21] Penelitian tesis ini menggunakan metode penelitian yuridis normatif yang bersifat deskriptif dengan pendekatan perundang-undangan yang didukung dengan pendekatan konsep dan perbandingan, yaitu dengan menelaah dan mengkaji ketentuan perundang-

---

[20] Zakyah Eryunia, *Tinjauan yuridis pertanggungjawaban produsen atas pernyataan kadaluarsa pada produk makanan dan minuman berdasarkan Undang-Undang No.8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen*. Tesis Magister Hukum Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia, 2006.

[21] Anggia Dyarini M, *Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha Perangkat Lunak Kepada Konsumen: Kajian Perbandingan Lisensi Standard Software, Bespoke Software Dan Customized Software*. Tesis Magister Hukum Ekonomi, Fakultas Hukum, Universitas Indonesia, 2011.

undangan seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta membandingkannya dengan teori hukum dan sistem hukum di negara lain untuk mengetahui sistem pertanggungjawaban hukum yang melindungi kepentingan konsumen perangkat lunak di Indonesia. Hasil Penelitian ini menyatakan bahwa Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang sangat pesat di dunia telah memungkinkan dilakukannya transaksi internasional yang melampaui batas Negara dan waktu untuk pengalihan lisensi perangkat lunak sebagai komoditi. Namun permasalahan terhadap perangkat lunak timbul saat perangkat lunak tersebut tidak dapat mengakibatkan komputer bekerja untuk melakukan fungsinya berdasarkan kebutuhan konsumen, atau bahkan mengakibatkan kerugian terhadap konsumen. Selain itu, minimnya kesadaran dan pengetahuan konsumen serta lemahnya peraturan perundang-undangan di Indonesia kadangkala dimanfaatkan oleh pelaku usaha dalam transaksi yang tidak mempunyai itikad baik dengan mengesampingkan kewajiban dan tanggung jawab hukum pelaku usaha. Kepastian hukum juga merupakan permasalahan yang kerap muncul dalam sistem pertanggungjawaban hukum perangkat lunak. Berbagai peraturan terkait sebagai substansi hukum perlindungan konsumen di Indonesia belum dapat dikatakan sempurna dalam memfasilitasi kaidah pertanggungjawaban hukum, khususnya terhadap produk perangkat lunak. Timbulnya beragam penafsiran terhadap peraturan perundang-undangan di Indonesia menimbulkan ketidakpastian hukum dalam pertanggungjawaban produk perangkat lunak. Oleh

karena itu, perlu dilakukan reformasi dalam sistem hukum perlindungan konsumen perangkat lunak di Indonesia baik dari segi substansial, struktural dan kultural.

Selanjutnya Tesis Trias Palupi Kurnianingrum "Perlindungan Nasabah Kartu Kredit Diinjau Dari Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen"[22] Melalui metode pendekatan normatif yuridis penulis mencoba untuk menjawab permasalahan yang ada dengan meneliti mengenai Perlindungan nasabah kartu kredit ditinjau dari Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, hubungan hukum antara bank sebagai pemberi jasa kartu kredit terhadap nasabahnya, serta faktor–faktor penghambat dalam perlindungan nasabah kartu kredit. Berdasarkan pada hasil penelitian Perlindungan hukum terhadap nasabah kartu kredit belum berjalan sebagaimana mestinya. Pemberian informasi melalui media cetak maupun elekronik tersebut ternyata tidak menguntungkan nasabah kartu kredit khususnya pada saat penandatangan aplikasi, hubungan hukum yang timbul tidak seimbang, demikian juga terhadap faktor-faktor penghambat terhadap Perlindungan hukum terhadap nasabah kartu kredit ternyata lebih mengunungkan pihak Bank. Upaya Perlindungan hukum terhadap nasabah kartu kredit hanya dapat terwujud dengan adanya partisipasi dari berbagai pihak. Pihak nasabah harus bersikap lebih proaktif untuk mengetahui hak dan kewajibannya dan juga pihak Bank hendaknya lebih bersikap terbuka dan memperbaiki kinerjanya. Dengan adanya kondisi yang seimbang baik bank

[22] Trias Palupi Kurnianingrum, *Perlindungan Nasabah Kartu Kredit Diinjau Dari Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.* Tesis Magister Ilmu Hukum, Universitas Diponegoro Semarang, 2008.

maupun nasabah maka perlindungan akan berjalan sebagaimana diharapkan. Meskipun sekarang ini Pemerintah telah mensahkan Undang-Undang No. 11 Tahun 2003 tentang Informasi dan Transaksi Elekronik namun pada kenyataannya peran dari UU tersebut dirasakan belum efisien. Hal ini dirasakan belum cukup untuk melindungi masayarakat dan pihak- pihak yang berkepentingan, masih diperlukan perumusan yang lebih representatif yang dapat menjangkau semua benuk kejahatan dengan menggunakan kartu kredit.

Pastinya masih banyak karya-karya tulis yang berkaitan dengan masalah di atas. Namun demikian, dari sekian banyak karya-karya tulis yang ada, peneliti belum menemukan satu karya pun yang khusus membahas tentang Relevansi Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Etika Bisnis Syari'ah (Studi Analisis Pasal 19 Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen). Inilah yang membedakan penelitian ini dengan karya-karya sebelumnya. Oleh karenanya, penulis merasa perlu dan penting untuk mengkaji secara spesifik hal ini.

E. Kerangka Teoritik

Kerangka konseptual atau teori-teori yang akan diterapkan atau diuji dalam penelitian ini adalah Etika Bisnis Syari'ah dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha Menurut UU Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

1. Etika Bisnis Syari'ah

Etika bisnis Syari'ah sebenarnya telah diajarkan Nabi Muhammad SAW saat menjalankan perdagangan. Karakteristik Nabi Muhammad SAW sebagai pedagang adalah, selain dedikasi dan keuletannya juga memiliki sifat *ṣidīq, faṭanah, āmanah dan tablīg*. Ciri-ciri itu masih ditambah Istiqamah, yang semuanya beliau lakukan atas pedoman Al-Qur'an diantaranya :[23]

a. *Ṣidīq* berarti mempunyai kejujuran dan selalu melandasi ucapan, keyakinan dan amal perbuatan atas dasar nilai-nilai yang diajarkan Islam.

b. *Faṭanah* berarti mengerti, memahami, dan menghayati secara mendalam segala yang menjadi tugas dan kewajibannya. Sifat ini akan menimbulkan kreatifitas dan kemampuan melakukakan berbagai macam inovasi yang bermanfaat.

c. *Āmanah* berarti tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban. Amanah ditampilkan dalam keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal, dan ihsan (kebajikan) dalam segala hal.

d. *Tablīg* mengajak sekaligus memberikan contoh kepada pihak lain untuk melaksanakan ketentuan-ketentuan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari.

e. *Istiqāmah* atau konsisten dalam iman dan nilai-nilai kebaikan, meski menghadapi godaan dan tantangan. Istiqamah dalam kebaikan

[23] M. Suyanto, *Muhammad Business Strategy and Ethics*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008).

ditampilkan dalam keteguhan, kesabaran serta keuletan sehingga menghasilkan sesuatu yang optimal.

Dalam Islam istilah etika sering disebut dengan akhlak, berasal dari bahasa Arab jama' dari *khuluqun* yang menurut bahasa diartikan budi pekerti, perangai, tingkah laku atau adat. Kalimat tersebut mengandung segi-segi persesuaian dengan *khalqun* yang berarti kejadian, serta erat hubungannya dengan *khaliq* yang berarti pencipta dan *makhuq* yang berarti yang diciptakan.[24]

Mengenai etika bisnis dalam Islam, Sudarsono mengatakan bahwa etika Islam adalah doktrin etis yang berdasarkan ajaran-ajaran agama Islam yang terdapat di dalam Al-Qur'an dan Sunnah Nabi Muhammad Saw, yang di dalamnya terdapat nilai-nilai luhur dan sifat-sifat yang terpuji (*mahmudah*).[25] atau perbuatan yang disebut bermoral atau sesuai dengan arturan agama.

Dalam etika Islam, ukuran kebaikan dan ketidakbaikan bersifat mutlak, yang berpedoman kepada Al-Qur'an dan hadist Nabi Muhammad Saw. Dipandang dari segi ajaran yang mendasar, etika Islam tergolong *Etika Theologis*. Menurut Hamzah Ya'qub, bahwa yang menjadi ukuran *etika theologis* adalah baik buruknya perbuatan manusia didasarkan atas ajaran Tuhan. Segala perbuatan yang diperintahkan Tuhan itulah yang baik dan segala perbuatan yang dilarang oleh Tuhan itulah perbuatan yang buruk, yang

---

[24] Hamzah Ya'qub, *Etika Islam*, (Bandung: CV. Diponegoro, 1993), hlm. 11.
[25] Sudarsono, *Etika Islam tentang Kenakalan Remaja*, (Jakarta : Bina Aksara, 1989), hlm. 41.

sudah dijelaskan dalam kitab suci. Etika Islam mengajarkan manusia untuk menjalain kerjasama, tolong menolong, dan menjauhkan sikap iri, dengki dan dendam.[26]

Mempelajari etika ekonomi menurut Al-Qur'an adalah bahagian normatif dari ilmu ekonomi, bahagian ilmu positifnya akan lahir apabila telah dilakukan penyelidikan-penyelidikan empiris mengenai yang sesungguhnya terjadi, sesuai atau tidak sesuai dengan garis Islam. Ekonomi merupakan bagian dari kehiupan. Namun, ia bukan pondasi bangunannya dan bukan tujuan risalah Islam. Ekonomi juga bukan lambang peradaban suatu umat.[27]

Ekonomi Islam adalah bertitik tolak dari Tuhan dan memiliki tujuan akhir pada Tuhan. Tujuan ekonomi ini membantu manusia untuk menyembah Tuhannya yang telah memberi makan kepada mereka untuk menghilangkan lapar serta mengamankan mereka dari ketakutan. Juga untuk menyelamatkan manusia dari kemiskinan yang bisa mengkafirkan dan kelaparan yang bisa mendatangkan dosa. Juga untuk merendahkan suara orang zalim di atas suara orang-orang beriman.[28]

Al-Qur'an melalui praktek mal bisnis *al-bathil, al- fasad* dan *azh-zhalim* mengemukakan lima prinsip (aksioma) dalam ilmu ekonomi Islam yang mesti diterapkan dalam bisnis syari'ah, yaitu: Tauhid (*Unity*/kesatuan),

---

[26] Yusuf Qordhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta : Gema Insani, 1997), hlm. 58.
[27] *Ibid.*, hlm. 33.
[28] *Ibid.*, hlm. 36.

Keseimbangan atau kesejajaran (*Equilibrium*), Kehendak Bebas (*Free Will*), Tanggung Jawab (*Responsibility*), *Benevolence* (Kebenaran):[29]

a. Tauhid mengantarkan manusia pada pengakuan akan keesaan Allah selaku Tuhan semesta alam. Dalam kandungannya meyakini bahwa segala sesuatu yang ada di alam ini bersumber dan berakhir kepada-Nya. Dialah pemilik mutlak dan absolut atas semua yang diciptakannya. Oleh sebab itu segala aktifitas khususnya dalam muamalah dan bisnis manusia hendaklah mengikuti aturan-aturan yang ada jangan sampai menyalahi batasan-batasan yang telah diberikan.
b. Keseimbangan atau kesejajaran (*Equilibrium*) merupakan konsep yang menunjukkan adanya keadilan sosial. Kehendak bebas (*Free Will*) yakni manusia mempunyai suatu potensi dalam menentukan pilihan-pilihan yang beragam, karena kebebasan manusia tidak dibatasi. Tetapi dalam kehendak bebas yang diberikan Allah kepada manusia haruslah sejalan dengan prinsip dasar diciptakannya manusia yaitu sebagai khalifah di bumi. Sehingga kehendak bebas itu harus sejalan dengan kemaslahatan kepentingan individu telebih lagi pada kepentingan umat.
c. Tanggung Jawab (*Responsibility*) terkait erat dengan tanggung jawab manusia atas segala aktifitas yang dilakukan kepada Tuhan dan juga

[29] Lihat Beekun, Rafiq Issa, *Islamic Business Ethict*, (Virginia: International In- titute ofIslamic Thought, 1997) dan lihat juga Naqvi, Syed Nawab, 1993. *Ethict and Eco- nomics: An Islamic Syntesis,* diterjemahkan oleh Husin Anis: *Etika dan Ilmu Ekonomi Suatu Sintesis Islami,* (Bandung: Mizan).

tanggung jawab kepada manusia sebagai masyarakat. Karena manusia hidup tidak sendiri dia tidak lepas dari hukum yang dibuat oleh manusia itu sendiri sebagai komunitas sosial. Tanggung jawab kepada Tuhan tentunya diakhirat, tapi tanggung jawab kepada manusia didapat didunia berupa hukum-hukum formal maupun hukum non formal seperti sanksi moral dan lain sebagainya.

d. Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis islam,tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif.Kepentingan individu dibuka lebar.Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya.Kecenderungan manusia untuk terus menerus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tak terbatas dikendalikan dengan adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakatnya melalui zakat.infak dan sedekah.

e. *Benevolence* (Kebenaran), kebenaran disini juga meliputi kebajikan dan kejujuran. Maksud dari kebenaran adalah niat, sikap dan perilaku benar dalam melakukan berbagai proses baik itu proses transaksi, proses memperoleh komoditas, proses pengembangan produk maupun proses perolehan keuntungan.

Perbedaan etika bisnis syariah dengan etika bisnis yang selama ini dipahami dalam kajian ekonomi terletak pada landasan tauhid dan orientasi jangka panjang (akhirat). Prinsip ini dipastikan lebih mengikat dan tegas

sanksinya. Etika bisnis syariah memiliki dua cakupan. Pertama, cakupan internal, yang berarti perusahaan memiliki manajemen internal yang memperhatikan aspek kesejahteraan karyawan, perlakuan yang manusiawi dan tidak diskriminatif plus pendidikan. Sedangkan kedua, cakupan eksternal meliputi aspek trasparansi, akuntabilitas, kejujuran dan tanggung jawab. Demikian pula kesediaan perusahaan untuk memperhatikan aspek lingkungan dan masyarakat sebagai *stake holder* perusahaan.

Abdalla Hanafi dan Hamid Salam, Guru Besar Business Administration di Mankata State Univeristy menambahkan cakupan berupa nilai ketulusan, keikhlasan berusaha, persaudaraan dan keadilan. Sifatnya juga universal dan bisa dipraktekkan siapa saja. Etika bisnis syari'ah bisa diwujudkan dalam bentuk ketulusan perusahaan dengan orientasi yang tidak hanya pada keuntungan perusahaan namun juga bermanfaat bagi masyarakat dalam arti sebenarnya. Pendekatan *win-win solution* menjadi prioritas. Semua pihak diuntungkan sehingga tidak ada praktek "culas" seperti menipu masyarakat atau petugas pajak dengan laporan keuangan yang rangkap dan lain-lain. Bisnis juga merupakan wujud memperkuat persaudaraan manusia dan bukan mencari musuh. Jika dikaitkan dengan pertanyaan di awal tulisan ini, apakah etika bisnis syariah juga bisa meminimalisir keuntungan atau malah merugikan?. Jawabnya tergantung bagaimana kita melihatnya. Bisnis yang dijalankan dengan melanggar prinsip-prinsip etika dan syariah seperti

pemborosan, manipulasi, ketidakjujuran, monopoli, kolusi dan nepotisme cenderung tidak produktif dan menimbulkan inefisiensi.

Etika yang diabaikan bisa membuat perusahaan kehilangan kepercayaan dari masyarakat bahkan mungkin dituntut di muka hukum. Manajemen yang tidak menerapkan nilai-nilai etika dan hanya berorientasi pada laba (tujuan) jangka pendek, tidak akan mampu bertahan (survive) dalam jangka panjang. Jika demikian, pilihan berada di tangan kita. Apakah memilih keuntungan jangka pendek dengan mengabaikan etika atau memilih keuntungan jangka panjang dengan komit terhadap prinsip-prinsip etika dalam hal ini etika bisnis syariah.

2. Tanggung Jawab Pelaku Usaha Menurut Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Tanggung jawab pelaku usaha atas kerugian konsumen dalam Undang-undang tentang perlindungan konsumen diatur khusus dalam satu bab, yaitu bab VI mulai dari pasal 19 sampai dengan pasal 28. Dari sepuluh pasal tersebut dapat kita pilah sebagai berikut :[30]

a. Tujuh pasal, yaitu pasal 19, pasal 20, pasal 21, pasal 24, pasal 25, pasal 26, dan pasal 27 UU No. 8 Tahun 1999 yang mengatur pertanggungjawaban pelaku usaha.

[30] Gunawan Wijaya dan Ahmad Yani, *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Gramedia pustaka Utama, 2000), hlm. 65.

b. Dua pasal, yaitu pasal 22 dan pasal 28 UU No. 8 Tahun 1999 yang mengatur pembuktian.
c. Satu pasal, yaitu pasal 23 UU No. 8 Tahun 1999 yang mengatur penyelesaian sengketa dalam hal pelaku usaha tidak memenuhi kewajibannya untuk memberikan ganti rugi kepada konsumen.

Dalam bab I ketentuan umum pasal 1 UU No. 8 Tahun 1999 menyebutkan 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.

Yang dimaksud dengan produsen yaitu pihak yang:

a. Menghasilkan produk akhir, termasuk yang memproduksi bahan mentah atau komponen.
b. Membubuhkan nama, merek atau tanda lain pada produk dengan menampakkan pihaknya sebagai produsen.
c. Melakukan importasi produk ke wilayah Republik Indonesia.
d. Menyalurkan barang yang tidak jelas identitas produsennya, baik produk asal dalam negeri atau importirnya tidak jelas identitasnya.
e. Menjual jasa seperti mengembangkan perumahan atau membangun apartemen.

f. Menjual jasa dengan menyewakan alat transportasi atau alat berat.[31]

Dalam dua pasal yang mengatur beban pembuktian pidana dan perdata atas kesalahan pelaku usaha dalam UUPK, yaitu dalam pasal 22 dan pasal 28, kewajiban pembuktian menjadi beban dari pelaku usaha sepenuhnya. Dalam hal demikian, selama pelaku usaha tidak dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut bukan merupakan kesalahan yang terletak pada pihaknya, maka demi hukum pelaku usaha bertanggung jawab dan wajib mengganti kerugian yang diderita tersebut.

Meskipun UUPK mengatakan bahwa beban pembuktian mengenai kesalahan telah dibebankan kepada pihak pelaku usaha, namun hal tersebut tidaklah mempermudah usaha konsumen dalam mengajukan gugatan hukum kepada pelaku usaha dalam proses peradilan.[32]

Pasal 23 merupakan salah satu pasal yang tampaknya diselipkan secara spesifik, khusus mengatur hak konsumen untuk menggugat pelaku usaha yang menolak, dan / atau tidak memberi tanggapan, dan / atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen sebagaimana dimaksud dalam pasal 19, baik melalui badan penyelesaian sengketa konsumen maupun dengan mengajukannya ke badan peradilan di tempat kedudukan konsumen.[33]

---

[31] Husni Syawali, Neni Sri Imaniyati, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Bandung: Penerbit Bandar Maju, 2000), hlm. 8.

[32] Gunawan Wijaya dan Ahmad Yani, *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Gramedia pustaka Utama, 2000), hlm. 69.

[33] *Ibid.*, hlm. 70.

Berdasarkan Undang-undang tersebut, bukan hanya pelaku usaha yang bertanggung jawab terhadap barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkannya, tetapi termasuk juga importir. Demikian pula menurut "*directive*" yang dipandang bertanggung jawab atas kerugian yang ditimbulkan oleh produk yang cacat adalah :[34]

a. Produsen produk akhir, bahan dasar, atau suku cadang.
b. Mereka yang menjadikan dirinya sebagai produsen.
c. Suplier atau *leveransis*, jika tidak diketahui identitas produsennya kecuali ia memberitahukan identitas produsen atau orang yang menyerahkan produk itu kepadanya.
d. Importir, jika produk yang bersangkutan tidak menunjukkan identitas importir sekalipun nama produsen dicantumkan.

Pasal 19 UU No. 8 Tahun 1999 mengatur tanggung jawab kesalahan pelaku usaha terhadap produk yang dihasilkan atau diperdagangkannya. Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas : Kerusakan, Pencemaran, dan kerugian konsumen.

Akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Bentuk ganti ruginya dapat berupa : Pengembalian uang, Penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, Perawatan

[34] Rachmadi Usman, *Hukum Ekonomi dalam Dinamika*, (Jakarta : Djambatan, 2000), hlm. 217.

kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.[35]

Tanggung jawab pelaku usaha dalam memberikan ganti rugi di atas, tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen. Ini berarti bahwa pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam gugatan ganti rugi merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha.[36]

Tanggung gugat produk merupakan terjemahan bebas dalam Bahasa Indonesia yang secara popular sering disebut dengan *Product Liability* yaitu suatu konsepsi hukum yang intinya dimaksudkan memberikan perlindungan kepada konsumen dengan jalan membebaskan konsumen dari beban untuk membuktikan bahwa kerugian konsumen timbul akibat kesalahan dalam proses produksi dan sekaligus melahirkan tanggung jawab produsen untuk memberikan ganti rugi.[37]

Pada dasarnya konsepsi tanggung gugat produk ini secara umum tidak jauh berbeda dengan konsepsi tanggung jawab sebagaimana diatur dalam ketentuan pasal 1365 dan pasal 1865 dalam KUH Perdata. Perbedaannya adalah bahwa tanggung jawab produsen untuk memberikan ganti rugi diperoleh setelah pihak yang menderita kerugian dapat membuktikan bahwa

---

[35] *Ibid.*, hlm. 218.
[36] *Ibid.*
[37] Husni Syawali, Neni Sri Imaniyati, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Bandung: Penerbit Bandar Maju, 2000), hlm. 22.

cacatnya produk tersebut serta kerugian yang timbul merupakan akibat kesalahan yang dilakukan produsen. Perbedaan lain yaitu bahwa ketentuan ini tidak secara tegas mengatur pemberian ganti rugi atau beban pembuktian kepada konsumen, melainkan kepada pihak manapun yang mempunyai hubungan hukum dengan produsen, apakah sebagai konsumen, sesama produsen, penyalur, pedagang atau instansi lain. Sehingga tanggung gugat produk merupakan salah satu upaya untuk memperkaya khasanah dalam sistem hukum yang selama ini berlaku di Indonesia.[38]

Adanya kesadaran daripada produsen terhadap tanggung jawabnya secara hukum (*product Liability*) akan berakibat pada adanya sikap penuh kehati-hatian (*precision*) baik dalam menjaga kualitas produk, penggunaan bahan, maupun dalam kehati-hatian kerja. Tidak adanya atau kurangnya kesadaran akan tanggung jawabnya sebagai produsen akan berakibat fatal dan menghadapi resiko bagi kelangsungan hidup atau kredibitas usahanya. Rendahnya kualitas produk atau adanya cacat (*defect*) pada produk yang dipasarkan sehingga menyebabkan kerugian bagi konsumen, di samping akan menghadapi tuntutan kompensasi (ganti rugi) juga akan berakibat bahwa produk tersebut akan kalah bersaing dalam merebut pasar.[39]

---

[38] *Ibid.*, hlm. 23.
[39] *Ibid.*, hlm. 42.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitan dalam penyusunan tesis ini adalah kualitatif yaitu penelitian yang memusatkan perhatian pada prinsip-prinsip umum yang mendasari perwujudan satuan-satuan gejala yang ada dalam kehidupan manusia, atau pola-pola yang dianalis gejala-gejala sosial budaya dengan menggunakan kebudayaan dari masyarakat yang bersangkutan untuk memperoleh mengenai pola-pola yang berlaku. Penelitian kualitatif tidak mengadakan perhitungan dan berbentuk pengamatan serta studi kasus.[40]

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan yuridis-normatif. Pendekatan yuridis-normatif adalah pendekatan berdasar pada hukum positif dalam hal ini Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen maupun hukum Islam yang terdiri atas Al-Qur'an dan Al-Hadits. [41]

3. Sumber Data

Dalam penelitian ini sumber data diambil dari sumber primer maupun sekunder. Sumber primer berupa Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Sedengkan sumber data sekunder diambil dari buku-

---

[40] Burhan Ashofa, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), hlm. 20-22.

[41] Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, (Yogyakarta: Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi UGM, 1986), hlm. 36-42.

buku maupun kitab-kitab yang terkait dengan pembahasan tesis ini, termasuk juga di dalam artikel-artikel, jurnal, makalah, koran maupun internet.

4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data ini dilakukan dalam rangka untuk memperoleh data atau bahan yang sesuai dan tepat dengan permasalahan tesis ini. Langkah pertama adalah mengumpulkan data-data dari sumber primer dan setelah data sumber primer terkumpul dilanjutkan dengan mengumpulkan data sumber sekunder. Setelah data terhimpun, maka akan dilakukan pengolahan data dengan menggunakan metode editing yaitu penulis mengadakan pemeriksaan kembali data yang diperoleh dari segi kelengkapan, kejelasan arti, kesesuaian satu dengan lainnya, relevansi dan keseragaman data. Kedua yaitu dengan pengorganisasian data yang dimaksud adalah pengaturan dan penyusunan data untuk mensistematisasikan data yang diperoleh.

5. Metode Analisis Data

Data yang terkumpul merupakan data kualitatif melalui *library research*, maka untuk menganalisis data tersebut digunakan metode komparatif,[42] yaitu mengambil suatu cara yang digunakan untuk memperoleh suatu konklusi dengan menilai faktor-faktor tertentu yang diselidiki dan

[42] Surahman, *Pengantar Ilmiah Dasar Metode dan Teknik*, (Bandung: Tarsindo, 1982), hlm. 143.

membandingkan dengan faktor-faktor lain, dengan cara pendekatan deskriptif *contant analisis*,[43] yaitu analisis ilmiah tentang isi pesan suatu komunikasi.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan suatu upaya untuk mempermudah dan memberikan gambaran pembahasan secara menyeluruh dan sitematis dalam penyusunan tesis ini, penulis merumuskan sistematika pembahasan sebagai berikut: *bab pertama,* merupakan pendahuluan yang berisi tentang metode penelitian secara umum sebagai landasan metode, yaitu latar belakang masalah dari tesis ini, perumusan suatu pokok masalah, tujuan dan kegunaan diadakannya penelitian ini, kemudian kajian pustaka yang menguraikan beberapa kajian yang telah ada terkait dengan permasalahan penelitian yang dibahas. Selanjutnya adalah kerangka teoritik yang membahas beberapa teori yang dijadikan acuan dalam penelitian ini. Setelah itu dilanjutkan dengan metode penelitian dan diakhiri dengan sistematika pembahasan. Bagian ini merupakan pengantar materi untuk dibahas lebih lanjut pada bab lain. Tanpa keberadaan bagian ini maka tidak bisa melakukan penelitian lebih mendalam.

Kemudian *bab kedua,* berisi berupa teori-teori dasar keilmuan yang berkaitan dengan tangung jawab pelaku usaha dalam islam. Di dalam bab ini akan diketengahkan mengenai pengertian tanggung jawab dan dasar hukum tanggung jawab pelaku usaha, syarat-syarat pertangungjawaban pelaku usaha, bentuk dan jenis pertanggungjawaban pelaku usaha serta teori mengenai ḍoman.

[43] Noeng Muhajir, *Metode Penelitian Kualitatif,* (Rake Sarasih, 2000), hlm. 68.

Bagian ini diharapkan menjadi teori-teori dasar untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini.

Bab *ketiga* berisi tentang tangung jawab pelaku usaha perspektif Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen. Pada bab ini terlebih dahulu akan dijelaskan tentang latar belakang lahirnya Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, kemudian setelah itu barulah pembahasan mengenai pendiskripsian tanggung jawab pelaku usaha menurut pasal 19 Undang-undang No 8 Tahun 1999.

Kemudian bab *keempat,* merupakan inti dari penyusunan penelitan ini. Bab ini akan mencoba menganalis tentang ruang lingkup tanggung jawab pelaku usaha relevansinya dengan etika bisnis syari'ah melalui analisis pasal 19 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen serta melihat bagaimana islam memandang konsep tanggung jawab pelaku usaha sebagai bentuk perlindungan konsumen.

Bab *kelima,* merupakan penutup meliputi kesimpulan dan saran. Kesimpulan merupakan pemaparan berdasarkan data yang diperoleh dan analisis yang dilakukan serta saran berupa bahan pikiran dari penyusun yang semoga dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang bersangkutan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melalui pembahasan tentang Relevansi Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Etika Bisnis Syari'ah (Studi Analisis Pasal 19 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen) dalam tesis ini, kiranya dapat diambil kesimpulan :

1. Ruang lingkup tanggung jawab pelaku usaha meliputi tanggung jawab produsen dalam menjaga kualitas produk dengan membatasi resiko kerugian yang diderita konsumen seminimal mungkin. Dalam hal konsumen menderita kerugian akibat cacat produk, Undang-Undang Perlindungan Konsumen memberikan hak kepada konsumen untuk menggugat produsen. Pelaku usaha dianggap bersalah atas kerugian yang diderita konsumen kecuali jika ia dapat membuktikan bahwa kerugian yang terjadi tidak dapat dipersalahkan kepadanya. Sehingga konsekuensinya jika gagal membuktikan ketidaklalaiannya maka gugatan ganti rugi penggugat akan dikabulkan dalam hal memiliki kekuatan hukum yang sah sehingga ia harus memikul resiko kerugian yang dialami konsumen. Sedangkan bentuk ganti rugi tersebut berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa atau perawatan kesehatan, dan pemberian santunan. Sehingga bagi penulis ketika mengkaji ruang lingkup tanggung jawab pelaku usaha dengan menganalisis Pasal 19 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan

Konsumen adalah memberikan ganti rugi kepada pihak yang dirugikan, dalam hal ini sangat relevan sekali dengan etika bisnis syari'ah dikarenakan salah satu titik fokus dari sifat nabi dalam berdagang dan lima aksioma yang dikemukakan oleh Al-Qur'an sebagai nilai-nilai etika bisnis syari'ah adalah mengenai Tanggung Jawab.

2. Dalam Islam prinsip-prinsip umum dalam aktivitas bisnis adalah prinsip kejujuran, kesetimbangan dan keadilan, kebenaran, keterbukaan, kerelaan di antara para pihak yang berkepentingan. Bisnis harus dilandasi oleh kesadaran menjauhkan diri dari praktek bisnis terlarang serta jauh dari penipuan, berbuat zhalim, dan saling merugikan yang akan membuat orang lain teraniaya, karena bisnis pada hakekatnya merupakan usaha untuk mencari keridhaan Allah. Bisnis tidak bertujuan jangka pendek tetapi bertujuan jangka pendek dan jangka panjang yaitu tanggung jawab pribadi dan sosial di hadapan masyarakat, negara dan Allah. Penerapan tanggung jawab pelaku usaha menurut nilai-nilai etika bisnis syari'ah adalah tidak bertentangan dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang bertujuan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Karena tidak ada pihak pihak yang dirugikan. Dengan demikian pandangan Islam mengenai konsep tanggung jawab pelaku usaha sebagai bentuk perlindungan konsumen sejalan dengan hukum Positif yang ada di Indonesia, yakni bertujuan untuk melindungi pihak-pihak yang lemah agar tidak ada yang merasa dirugikan.

B. Saran-Saran

UU No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen adalah undang-undang yang sebenarnya sudah lama dalam regulasi Indonesia, tetapi sayangnya tidak semua rakyat Indonesia khususnya umat Islam mengetahuinya, sehingga perlu diadakan sosialisasi khusus tentang undang-undang tersebut, yakni bahwa tanggung jawab pelaku usaha tidak bertentangan dengan hukum Islam dan etika bisnis syari'ah, karena bertujuan untuk memberikan perlindungan kepada pihak yang dirugikan sehingga tidak ada pihak yang dirugikan.

Dalam pelaksanaan undang-undang tersebut, hendaknya pemerintah betul-betul memperhatikan aspek-aspek kemaslahatan, artinya tidak ada pihak-pihak yang merasa diẓalimi dan dilakukan sesuai dengan peraturan yang berlaku. Bagi pelaku usaha, khususnya pengusaha Muslim hendaknya memenuhi aturan-aturan yang berlaku khususnya dalam hal tanggung jawab produk. Dalam hal ini adalah UU No 8 Tahun 1999 karena hal ini merupakan perangkat hukum yang dapat melindungi kepentingan konsumen secara integratif dan komprehensif sehingga tujuan dari undang-undang ini dapat tercapai. Selain itu bagi penulis peran serta ulama dalam hal ini Majelis Ulama Indonesia (MUI) untuk penetapan Undang-Undang di Indonesia harus dilibatkan terutama dalam masalah kehalalan dikarenakan semakin menjamurnya lembaga bisnis syari'ah di Indonesia.

REFRENSI

Aly, Abdullah, *"Dimensi Spiritualitas dalam Bisnis di Indonesia: Perspektif Islam"* dalam Maryadi dan Syamsudin (eds), *Agama Spiritualisme dalam Dinamika Ekonomi Politik,* Surakarta: Muhammadiah University Press, 2001.

An-Nabahan, M. Faruq, *Sistem Ekonomi Islam Pilihan Setelah Kegagalan Sistem Kapitalis dan Sosialis,*Yogyakarta: UII Press, cet. 1, 2000.

Arifin, Johan, *Etika Bisnis Islami,* Semarang: Walisongo Press, 2009.

Ashshofa, Burhan, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta : PT Rineka Cipta, Cet II, 1998.

Beekun, Rafiq Issa, *Islamic Business Ethict*, (Virginia: International In- titute ofIslamic Thought, 1997) dan lihat juga Naqvi, Syed Nawab, 1993. *Ethict and Eco- nomics: An Islamic Syntesis,* diterjemahkan oleh Husin Anis: *Etika dan Ilmu Ekonomi Suatu Sintesis Islami,* Bandung: Mizan.

Bertens, K., *Pengantar Etika Bisnis,* Yogyakarta: Kanisius, 2000.

_____, *Etika,* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000.

Departemen P dan K, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi Kedua, Jakarta: Balai Pustaka ,1994.

Direktorat Jendral Pembinaan Kelembagaan Agama Islam, *Ilmu Fiqih Jilid 2*, Jakarta: Direktorat Jendral Pembinaan Kelembagaan Agama Islam 1984/1985.

Djakfar, Muhammad, *Agama, Etika dan Ekonomi, Wacana Menuju Pengembangan Ekonomi Rabbaniyah*, Malang: UIN Malang Press, 2007.

Djamil, Fathurrahman, *Filsafat Hukum Islam,* Jakarta : Logos Wacana Ilmu, 1997.

Djazuli, H.A., I Nurol Aen, *Ushul Fiqh Metodologi Hukum Islam,* Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada, 2000.

Djojodirdjo, M.A. Moegni, *Perbuatan Melawan Hukum Tanggung Gugat untuk Kerugian yang Disebabkan Karena Perbuatan Melawan Hukum,* Jakarta : Pradanya Paramita,1979.

Dyarini M, Anggia, *Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha Perangkat Lunak Kepada Konsumen: Kajian Perbandingan Lisensi Standard Software, Bespoke Software Dan Customized Software*. Tesis Magister Hukum Ekonomi, Fakultas Hukum, Universitas Indonesia, 2011.

Efendi, Firdaus (eds.), *Nilai dan Makna Kerja dalam Islam*, Jakarta: Nuansa Madani, 1999.

Eryunia, Zakyah, *Tinjauan yuridis pertanggungjawaban produsen atas pernyataan kadaluarsa pada produk makanan dan minuman berdasarkan Undang-Undang No.8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.* Tesis Magister Hukum Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia, 2006.

Fanny Y.S, *Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Atas Cacat Tersembunyi Ban Mobil Dunlop Di Kota Kendari.* Skripsi Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2011.

Fauroni, R. Lukman, *Etika Bisnis dalam al-Qur'an*, Yogyakarta: LKiS, 2006.

_____, *Rekonstruksi Etika Bisnis: Perspektif Al-Qur'an*, Iqtisad Journal Of Islamic Economics Vol. 4, No. 1, 2003.

_____, *Visi Al-Qur'an tentang Etika dan Bisnis*, Jakarta: Salemba Dunia, Edisi I, 2002.

Hadi, Sutrisno, *Metodologi Research*, Yogyakarta: Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi UGM, 1986.

Hamka, Prof. DR., *Tafsir Al-Azhar*, Jilid 2, 6, dan 9, Singapura: Pustaka Nasional PTE LTD 1999.

Hartono, Sri Redjeki, *Aspek-aspek Hukum Perlindungan Konsumen Pada Era Perdagangan Bebas*, dalam Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati (Eds) Hukum Perlindungan Konsumen, Bandung: Mandar Maju, 2000.

Hasan, M. Ali, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*, Jakarta : PT. Raja GrafindoPersada, 2003.

Kahf, Monzer, *The Islamic Economi Analytical of The Functioning of The Islamic Economi System*, diterjemahkan oleh Machnun Husein, *Ekonomi Islam Telaah Analitik Terhadap Fungsi Sistem Ekonomi Islam*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 1995

.

Kerraf, Sony, *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*, Yogyakarta: Kanisius, 1998.

Kurnianingrum, Trias Palupi, *Perlindungan Nasabah Kartu Kredit Diinjau Dari Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.* Tesis Magister Ilmu Hukum, Universitas Diponegoro Semarang, 2008.

Muhajir, Noeng, *Metode Penelitian Kualitatif,* Rake Sarasih, 2000.

Muhammad, Abdul Kadir, *Hukum Perjanjian,* Bandung: Alumni, 1996.

Nasution, Az., *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Jakarta : Diadit Media, 2002.

Naqvi, Syed Nawab Haider, *Ethics and Economics An Islamic Synthesis,* Diterjemahkan oleh Husain Anis dan Asep Nikmat, Bandung : Mizan, 1985.

Purwosutjipto, H.M.N., *Pengertian Pokok Hukum Dagang Indonesia Pengetahuan Dasar Hukum Dagang,* Jakarta : Djambatan, 1993.

Pratley, Peter, *The Essens of Business Ethics,* Telah Diterjemahkan oleh Gunawan Prasetio, *Etika Bisnis,* Yogyakarta: Penerbit Andi Kerja sama dengan Simon & Schuster (Asia), 1997.

Qordhawi, Yusuf, *Norma dan Etika Ekonomi Islam,* Jakarta : Gema Insani, 1997.

Rusydi , "*Etos Kerja dan Etika Usaha Perspektif Al-Qur'an* ", dalam Firdaus Effendi (eds.) *Nilai dan Makna Kerja dalam Islam*, Jakarta : Nuansa Madani, 1999.

RI, Kementrian Agama, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemahnya Dilengkapi Asbabun Nuzulmdan Hadits Sahih,* Jakarta : PT. Sygma Examedia Arkanleema, 2010.

Saefullah, *Tanggung Jawab Produsen dalam Era Perdagangan Bebas,* dalam Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, (Eds) Hukum Perlindungan Konsumen, Bandung: Mandar maju.

Siddiqi, Muhammad Nejatullah, *The Economic Enterprise in Islam,* diterjemahkan Anas Sidik, *"Kegiatan Ekonomi dalam Islam"*, Jakarta : Bumi Aksara, 1996.

Sjaltout, Mahmud, *Al-Islam Aqidah wa Syari'ah,* diterjemahkan oleh H. Bustami A. Gani, Djohar Bahry L.I.S, "Islam Sebagai Akidah dan Syari'ah", Jilid IV, Jakarta : Bulan Bintang, 1970.

Shiddieqi, Hasbi Ash, *Fiqih Islam Mempunyai Daya Elastis, Lengkap, Bulat dan Tuntas,* Jakarta: Bulan Bintang, 1975.

Shofie, Yusuf, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya*, Bandung : PT Citra Aditya Bakti, 2000.

_____, *Penyelesaian Sengketa Konsumen Menurut UUPK Teori dan Praktek Penegakan Hukum*, Bandung : Citra Aditya Bakti, 2003.

Simorangkir, O.P., *Etika Bisnis Jabatan dan Perbankan*, Jakarta : Rineka Cipta, 2003.

Sophiaan, Ainur Rofiq (ed.) *Etika Ekonomi Politik Elemen-Elemen Strategis Pembangunan Masyarakat Islam*, Surabaya : Risalah Gusti, 1997.

Sudarsono, *Etika Islam tentang Kenakalan Remaja*, Jakarta : Bina Aksara, 1989.

Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, Yogyakarta: UII Press, 2005.

Surahman, *Pengantar Ilmiah Dasar Metode dan Teknik*, Bandung: Tarsindo, 1982.

Suyanto, M., *Muhammad Business Strategy and Ethics*, Yogyakarta: Andi Offset, 2008.

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

UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Usman, Rachmadi, *Hukum Ekonomi dalam Dinamika*, Jakarta: Djambatan, 2000.

Wijaya, Gunawan dan Ahmad Yani, *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Gramedia pustaka Utama, 2000.

Ya'qub, Hamzah, *Kode Etik Dagang Menurut Islam*, Bandung: CV Diponegoro, 1992.

_____, *Etika Islam*, Bandung: CV. Diponegoro, 1993.

CURICULUM VITAE

❖ **Data Pribadi**

Nama Lengkap	: M. Taufiq, S.H.I
Jenis Kelamin	: Laki-Laki
Tempat, tanggal lahir	: Lubuk Agung, 06 April 1991
Alamat di Yogyakarta	: Krapyak Wetan RT 05/127B Panggungharjo, Sewon, Bantul, Yogyakarta.
Alamat Asal	: Dusun I Lubuk Agung IV Koto Setingkai, Kampar Kiri, Kampar, Riau.
Nama Orang Tua	:
Ayah	: Dailami.S
Ibu	: (Almrh.) Rosmiati
Pekerjaan Orang Tua	: Petani
No. Handphone	: +62857 2 9966 3 77
E-mail	: m.taufiq222@gmail.com

❖ **Latar Belakang Pendidikan**

1997- 2003	: SD Negeri 007 Senapelan Pekanbaru
2003 - 2006	: SMP Negeri 9 Batam
2006- 2009	: Madrasah Aliyah Ali Maksum Yogyakarta
2009 - 2013	: S-1 Jurusan Muamalat (Hukum Perdata & Bisnis Islam) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
2013- Sekarang	: S-2 Prodi Hukum Islama Konsentrasi Hukum Bisnis Syari'ah Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

❖ **Pengalaman Kerja**

2014 – Sekarang	: Sekretaris Jurusan Perbankan Syari'ah di STEBI Al-Muhsin Yogyakarta
2014 – Sekarang	: Dosen di STEBI Al-Muhsin Yogyakarta jurusan Perbankan Syari'ah
2014 – Sekarang	: Guru PAI di SMK Kesehatan SadewaYogyakarta
2011 - Sekarang	: Wali Kelas di TPA Masjid Al-Ikhlas Ngijo Bantul
2011 – Sekarang	: Mengajar Private tingkat SD, SMP dan SMA
2010 – Sekarang	: Mengabdi mengajar di Pondok dan Panti Asuhan NU *"Darul Hadlonah Bintan Sa'adillah Ar-Rasyid"*
2013 – 2014	: Waka Kurikulum di SMK SMART Al-Muhsin
2013 – 2014	: Guru IPS di SMK SMART Al-Muhsin Yogyakarta
2010 – 2014	: Back Office dan kasir di minimarket Koppontren Al-Munawwir Krapyak Yogyakarta