

KONSEP PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM HADIS (Suatu Kajian Hermeneutika Hadis)



Oleh:

Achmad Adil
NIM. 1620510040

TESIS

Diajukan kepada Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh
Gelar Magister dalam Ilmu Agama Islam
Program Studi Agama dan Filsafat Islam
Konsentrasi Studi Qur'an Hadis

YOGYAKARTA
2020

PERNYATAAN KEASLIAN
DAN BEBAS DARI PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Achmad Adil
NIM : 1620510040
Fakultas : Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Jenjang : Magister
Program Studi : Aqidah dan Filsafat Islam
Konsentrasi : Studi Qur'an & Hadis

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Naskah tesis ini bebas dari plagiarisme. Jika di kemudian hari terbukti bahwa naskah tesis ini bukan karya saya sendiri atau terdapat plagiasi di dalamnya, maka saya siap ditindak sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Yogyakarta, 12 Desember 2020

Saya yang menyatakan,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Achmad Adil
NIM. 1620510040

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.,

Ketua Program Studi Magister (S2)
Aqidah dan Filsafat Islam
Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul:

“Konsep Perlindungan Konsumen dalam Hadis (Suatu Kajian Hermeneutika Hadis)”

Yang ditulis oleh :

Nama : Achmad Adil
NIM : 1620510040
Fakultas : Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Jenjang : Program Studi Magister (S2) Aqidah dan Filsafat Islam
Konsentrasi : Studi Qur'an dan Hadis

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Studi Magister (S2) Aqidah dan Filsafat Islam Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Magister Agama.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 15 Desember 2020
Pembimbing



Dr. Saifuddin Zuhri, S.Th.I., MA
NIP. 19800123200901 1 004



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 512156 Fax. (0274) 512156 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-175/Un.02/DU/PP.00.9/01/2021

Tugas Akhir dengan judul : KONSEP PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM HADIS (Suatu Kajian Hermeneutika Hadis)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ACHMAD ADIL, S.Hd
Nomor Induk Mahasiswa : 1620510040
Telah diujikan pada : Jumat, 18 Desember 2020
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dr. Saifuddin Zuhri, S.Th.I., MA.

SIGNED

Valid ID: 6014d57e82755



Penguji I

Dr. Ali Imron, S.Th.I., M.S.I

SIGNED

Valid ID: 6014ccf07d1b9



Penguji II

Dr. Imam Iqbal, S.Fil.I, M.S.I

SIGNED

Valid ID: 6014bf78ddd8a



Yogyakarta, 18 Desember 2020

UIN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam

Dr. Inayah Rohmaniyah, S.Ag., M.Hum., M.A.

SIGNED

Valid ID: 60155162c5a32

MOTTO

***LUTTU' SIPAKARAJA
MALI' SIPARAPPE'***

(Senang Kita Sama-Sama, Susah Kita juga Sama-Sama)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN



*Coretan sederhana ini ananda persembahkan
kepada Bapak yang telah berpulang
kehadirat Allah swt.*

(Dr. H. Abbas Saleh S.E., M.Si.)

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Islam Merupakan agama yang dianut oleh mayoritas masyarakat Indonesia, dalam agama islam manusia diciptakan sebagai makhluk sosial. Makhluk yang tidak dapat hidup tanpa orang lain baik itu sesama manusia maupun makhluk ciptaan Allah yang lain. Karena merupakan makhluk sosial, maka Allah memerintahkan untuk menciptakan hubungan interaksi antar sesama manusia, maupun yang lainnya. Interaksi manusia dengan yang lainnya senantiasa terjadi setiap waktu. Salah satu bentuk interaksi manusia adalah kegiatan jual beli, kegiatan inilah yang paling banyak manusia dimuka bumi untuk melakukan interaksi. Dan interaksi yang dilakukan manusia senantiasa menginginkan terjadi hubungan yang harmonis. Kegiatan perdagangan bukan lah suatu hal yang baru dalam tetapi sudah berjalan hampir empat belas abad yang lalu, bahkan Rasulullah Muhammad saw. merupakan seorang pedagang. Rasulullah memandang perdagangan adalah suatu kegiatan yang menyenangkan, bahkan al-Quran sangat memperhatikan masalah perdagangan. Seiring berjalannya waktu, beralihnya zaman, perkembangan perdagangan semakin pesat terutama berkembangnya pasar global, apalagi dengan sifat dasar dari pedagang yaitu ingin mendapatkan keuntungan yang banyak sehingga praktik perdagangan kian tak terkontrol sehingga terkadang merugikan pembeli dengan praktik curang yang dilakukan saat berdagang. Akhirnya muncullah istilah perlindungan konsumen yang berupaya mengontrol praktik yang dapat merugikan pembeli, sebagai umat islam tentu bertanya apakah terdapat hadis yang berkaitan dengan perlindungan konsumen ? jika ada apa sebenarnya hakikat hadis perlindungan konsumen ini.

Penelitian ini berupaya menjawab permasalahan diatas. Untuk itu kajian ini berangkat dari objek material berupa hadis-hadis yang mengekspresikan tentang perlindungan konsumen dengan metode maudhu'i untuk metode pengumpulannya. Kemudian menggunakan metode hermenutika hadis untuk pencarian hakikat dari hadis tentang perlindungan konsumen. Penelitian ini menggunakan library research, penelitian yang bersifat deskriptif-analisis yaitu realitas historis masa nabi ditarik pada masa kini

Hasil dari penelitian ini menemukan 3 sub bab mengenai hadis tentang perlindungan konsumen , pertama perlindungan terhadap harga barang yang terdapat 3 hadis, *kedua*, perlindungan terhadap kualitas dan informasi barang yang terdapat 2 , dan *ketiga*, perlindungan terhadap kuantitas barang terdapat 1 hadis. Dari ke enam hadis ini berdasarkan takhrij singkat terdapat 4 hadis yang sahih dan dua hadis dianggap tidak memenuhi syarat sebagai hadis sahih sehingga kualitasnya hadis hasan, dalam metode hermeneutika hadis Nurun najwa di hauruskan mencari ide dasar hadis sehingga dapat menarik makna dibalik teks dari keenam ataupun dari 3 sub-bab dan terbagi 6 yaitu hadis tentang ihtikar, hadis transaksi najajazy, hadis larangan jual beli tas'ir, kemudian hadis larangan jual beli gharar, dan hadis larangan jual beli yang barang cacat, dan larangan, mengurangi takaran, berdasarkan ide dasar ditemukan hakikat hadis tentang bukan mengenai praktik atau bentuk transaksi yang terlarang,

tetapi atau kebolehan akan tetapi konteks hadis ini ingin sifat berdagang Rasulullah ada pada diri kita yaitu sifat *shiddiq* (kejujuran), *Amanah* (tanggung jawab), *fathana* (bijaksana dan cerdas) dan *tabligh* (komunikatif) sehingga kita bisa melindungi diri kita dan orang lain, terutama dalam dunia bisnis dengan sifat ini kita tidak akan membuat kerugian bagi siapapun baik itu konsumen ataupun pelaku usaha.

Kajian ini membuktikan bahwa sifat nabi sangat mempengaruhi nilai-nilai yang terkandung demi kemashlahatan umat. Dan kajian ini membuktikan untuk isu-isu kontemporer saat ini dan melihat bahwa hadis akan semakin luas dan dapat dijadikan jalan untuk mengkaji al-Quran dan hadis.



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN. *

A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba	b	Be
ت	ta	t	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	Je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	kh	ka dan ha
د	dal	d	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	r	Er
ز	zai	z	Zet
س	sin	s	Es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)

* Seutuhnya dirujuk dari Pedoman KTI standar UIN Alauddin Makassar, lihat: Muljono Damopoli, *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah: Makalah, Skripsi, Tesis, Disertasi dan Laporan Penelitian* (Cet. I; Makassar: Alauddin Press, 2013), h. 95-100. Dan Christian Pelras, *The Bugis*, terj. Abdul Rahman Abu, dkk., *Manusia Bugis* (Jakarta: Nalar dan Forum Jakarta-Paris (EFEO), 2006), h. xxxiii-xxxix.

ع	‘ain	‘	apostrof terbalik
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	wau	w	We
ه	ha	h	Ha
ء	hamzah	’	Apostrof
ي	ya	y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (’).

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	<i>fatḥah</i>	A	A
ِ	<i>Kasra</i>	I	I
ُ	<i>ḍamah</i>	U	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
-------	------	-------------	------

يَ	<i>fatḥah dan yā'</i>	Ai	a dan i
وُ	<i>fatḥah dan wau</i>	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوْلَ : *hauḷa*

3. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ... آ...	<i>fatḥah dan alif</i> atau <i>yā'</i>	ā	A dan garis di atas
إِ	<i>kasrah dan yā'</i>	ī	I dan garis di atas
أُ	<i>ḍammah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : *māta*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

4. *Tā' marbūṭah*

Transliterasi untuk *tā' marbūṭah* ada dua, yaitu: *tā' marbūṭah* yang hidup atau mendapat harakat *fatḥah*, *kasrah*, dan *ḍammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tā' marbūṭah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *rauḍah al-aṭfāl*
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fāḍilah*
الْحِكْمَةُ : *al-ḥikmah*

5. *Syaddah (Tasydīd)*

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbanā*
نَجَّيْنَا : *najjainā*
الْحَقُّ : *al-ḥaqq*
نُعَم : *nu‘ima*
عُدُّو : *‘aduwwun*

Jika huruf *ي* ber-*tasydīd* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *ī*.

Contoh:

عَلِيٌّ : ‘Alī (bukan ‘Aliyy atau ‘Aly)
عَرَبِيٌّ : ‘Arabī (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)

6. *Kata Sandang*

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *al* (*alif lam ma‘arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (*az-zalزالah*)

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

7. *Hamzah*

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

النَّوْعُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

أُمِرْتُ : *umirtu*

8. *Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia*

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Fī Zilāl al-Qur'ān

Al-Sunnah qabl al-tadwīn

9. *Lafz al-Jalālah* (الله)

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya

atau berkedudukan sebagai *muḍāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

بِاللّٰهِ *billāh* دِينَ اللّٰهِ *dīnullāh*

Adapun *tā' marbūṭah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafẓ al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمْ فِي رَحْمَةِ اللّٰهِ *hum fi raḥmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

Wa mā Muḥammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wuḍi'a linnāsi lallaẓī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramaḍān al-laẓī unzila fih al-Qur'ān

Naṣīr al-Dīn al-Ṭūsī

Abū Naṣr al-Farābī

Al-Gazālī

Al-Munqiz min al-Ḍalāl

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abū al-Walīd Muḥammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad Ibnu)

Naṣr Ḥamid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Naṣr Ḥamid (bukan: Zaīd, Naṣr Ḥamid Abū)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	= <i>subḥānahū wa ta‘ālā</i>
saw.	= <i>ṣallallāhu ‘alaihi wa sallam</i>
a.s.	= <i>‘alaihi al-salām</i>
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
l.	= Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
w.	= Wafat tahun
QS .../...: 4	= QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Āli ‘Imrān/3: 4
HR	= Hadis Riwayat

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

BISMILLĀH AL-RAḤMĀN AL-RAḤĪM

الحمد لله الفتاح العليم الحفيظ الكريم نور السموات والأرض قد سئدنا هو تعاليت حكمته
ونصلي ونسلم على المبعوث رحمة للعالمين سيدنا محمد وعلى اله وصحبه من سلطه يقره سار على بدر بهايو مالد

ن

Alḥamdulillāh, segala puji bagi Allah SWT yang telah menurunkan wahyu sebagai pedoman serta menganugerahkan potensi akal untuk berpikir dan berkarya. Berkat rahmat Allah, penulis, dengan segala keterbatasan, akhirnya mampu menyelesaikan penulisan tesis ini. Namun, disadari masih banyak kekurangan yang berserakan di sana sini. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka menerima kritik dan saran perbaikan agar tulisan ini bisa dimaksimalkan ke depannya.

Tentunya, penulisan tesis ini tidak terlepas dari ulur tangan berbagai pihak.

Karenanya, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak dan Mama serta Ayah dan Ibu saya yang telah berjuang dengan penuh kesabaran mendidik penulis dan tak henti-hentinya mendoakan penulis agar menjadi orang yang bermanfaat bagi sesama. Semoga Allah senantiasa mencurahkan kasih sayang-Nya.
2. Bapak Prof. Dr. Phil. Al-Makin, S.Ag., MA., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Inayah Rohmaniyah, S.Ag., M.Hum., MA. selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Filsafat UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

4. Bapak Dr. Imam Iqbal, S.Fil.I, M.S.I. dan Roni Ismail, S.Th.I., M.S.I. selaku ketua prodi Program Studi Magister Aqidah dan Filsafat Islam yang sangat membantu selesainya tulisan ini dengan dorongan dan motivasi beliau maupun bantuan yang sangat banyak kepada saya.
5. Bapak Dr. Saifuddin Zuhri, S.Th.I., MA. selaku pembimbing tesis penulis. Sekaligus Ketua Prodi Program Magister Studi IAT. Di tengah padatnya kegiatan dan kesibukan menahkodai jurusan IAT, Beliau tetap berlapang dada mengoreksi kata demi kata dan halaman demi halaman tesis ini. Terima kasih atas bimbingan serta motivasi dari Bapak.
6. Seluruh Dosen pengajar di Konsentrasi Studi Quran dan Hadis, Dosen Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Kalijaga yang telah menginspirasi serta memberikan ‘spirit keilmuan’ yang sangat berarti bagi penulis. Segenap Staf Tata Usaha Pascasarjana, Staf Perpustakaan Pascasarjanadan Pusat UIN Sunan Kalijaga, terkhusus Ibu Tutik selaku Kepala Tata Usaha Fakultas Ushuluddin terima kasih atas segala bantuannya, sehingga penulis berhasil hingga selesai dalam menempuh studi ini.
7. Buat Keluarga Besar H. Saleng dan Kakak-kakak saya, Muhammad Yhusuf, Ade Mariam Pratiwi, Muhammad Afif, dan Adik saya Afiah Aprilia Abbas
8. Teman-teman seperjuangan di kelas SQH-B. Yang telah menjadi Saudara dan Saudari saya di Kampus maupun di luar kampus, semoga persaudaraan ini tetap terjalin dimana pun, dan sampai kapan pun.
9. Kepada Keluarga Asrama Putra Merapi 2 Sulawesi Selatan di Yogyakarta yang telah menjadi keluarga kedua di Kota Yogyakarta.

10. Teman-teman kos ku yang terbaik di Gowok yaitu Moh. Fadhil Nur, Muhammad Mushawwir, Muhammad Fauzan, Nur Ilmi salam, Rianto Hasan, Muhammad Arif, Ariansyah Ahmad, dan lain-lain. Susah senang kita rasakan bersama.
11. *Thanks to* Jogja yang telah mengajarkan bagaimana hidup prihatin dalam kesederhanaan.
12. Terakhir, saya ucapkan terima kasih spesial kepada siapa saja yang sudi membaca tesis ini *walau kalimatan*.

Yogyakarta, 12 Desember 2020

Penulis,

(Achmad Adil)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI	vii
KATA PENGANTAR.....	xv
DAFTAR ISI	xvii
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	12
D. Tinjauan Pustaka.....	13
E. Kerangka Teoritik.....	16
F. Metode Penelitian.....	18
G. Sistematika Pembahasan	21
BAB II: HADIS DAN PERLINDUNGAN KONSUMEN.....	22
A. Hadis Sebagai Sumber Ajaran Islam	22
B. Pengertian Perlindungan Konsumen.....	25
C. Dasar Hukum Perlindungan Konsumen.....	31
D. Asas dan Tujuan Hukum Perlindungan Konsumen.....	37
E. Hak dan Kewajiban Konsumen	39
BAB III: KONSEPSI HADIS TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN.....	52
A. Perlindungan Terhadap Kualitas Barang	52
a. Hadis tentang Larangan Menimbun Barang	53
1. Redaksi Hadis dan Otentisitas Hadis	53
2. Kajian Hermeneutika Hadis	62
a) Kajian Kebahasaan	62
b) Kajian Historis.....	65
c) Kajian Tematik	66
d) Ide Dasar Hadis	74
b. Hadis Larangan Jual Beli Najasy	75
1. Redaksi Hadis dan Otentisitas Hadis	75
2. Kajian Hermeneutika Hadis	86
a) Kajian Kebahasaan	86
b) Kajian Historis.....	88
c) Kajian Tematis	90
d) Ide Dasar	95

B. Hadis Perlindungan Konsumen terhadap Kualitas dan Informasi yang Benar	96
1. Hadis Tentang Larangan Gharar	96
a. Redaksi dan Otentisitas Hadis	96
b. Kajian Hermeneutika Hadis	110
1) Kajian Kebahasaan	110
2) Kajian Historis.....	112
3) Kajian Tematis	114
4) Ide Dasar	116
2. Hadis Tentang Larangan Menjual Barang Cacat.....	117
a. Redaksi dan Otentisitas Hadis	117
b. Kajian Hermeneutika Hadis	123
1) Kajian Kebahasaan	123
2) Kajian Historis.....	124
3) Kajian Tematis	125
4) Ide Dasar	127
C. Hadis Perlindungan Konsumen Terhadap Kuantitas Barang	
Hadis Perintah untuk Menimbang Barang	128
a. Redaksi dan Otentisitas Hadis	128
b. Kajian Hermeneutika Hadis	133
A. Kajian Kebahasaan	133
B. Kajian Historis.....	134
C. Kajian Tematis	134
D. Ide Dasar	136
D. Hadis Perlindungan Konsumen terhadap Hak Khiyar.	137
BAB IV: HAKIKAT DAN NILAI UTAMA DALAM PERLINDUNGAN KONSUMEN	143
A. Hakikat Perlindungan Konsumen dalam Hadis Nabi	
Dalam Bingkai Teori Double Movement Fazlurrahman.....	143
B. Nilai Moral Nabi Muhammad dalam Berbisnis dan Melindungi Konsumen	153
BAB V: PENUTUP	163
A. Kesimpulan	163
B. Saran	164
DAFTAR PUSTAKA.....	165
<i>CURRICULUM VITAE</i>.....	176

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Manusia menjadi salah satu bentuk ciptaan Allah SWT. Yang mempunyai naluri untuk saling berinteraksi antara satu dengan yang lainnya. Naluri itu merupakan bekal bagi setiap individu menjalin suatu hubungan yang harmonis dan saling menguntungkan.

Interaksi antara manusia dengan yang lainnya senantiasa terjadi dalam setiap waktu. Itulah konskuensi dari kehidupan makhluk di atas bumi, senantiasa menginginkan hubungan yang terjadi secara harmonis dan hidupnya memberikan kenikmatan sebagai wujud rahmat dan cinta Allah SWT. kepada manusia dalam bentuk yang sebaik-baiknya.¹ Namun terlepas dari hal itu tidaklah setiap perbuatan manusia yang dilakukan dalam berinteraksi selalu memberikan kenyamanan atau kenikmatan bagi kedua pihak, melainkan salah satu pihak kadang-kadang kala tidak mencapai keinginan yang diharapkan.²

Allah SWT. mengatur posisi manusia di dunia dalam tempat yang berbeda-beda. Penempatan ini bertujuan agar terbentuknya sifat kerjasama antar individu, sehingga terbentuk sebuah hubungan timbal balik yang saling menguntungkan.³ Sikap mutualism ini telah digariskan Allah SWT. dalam QS. Al-An'am/ 6: 165

¹ Setiawan Budi Utomo, *Fiqh Aktual Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2003), 63.

² Hamzah Ya'qub, *Kode Etik Dagang Menurut Islam (Pola Pembinaan Hidup Dalam Berekonomi)*, (Bandung: Diponegoro, 1984), 13-14.

³ Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Dalam Islam*, terj. Samson Rahman (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2001), 27.

وَهُوَ الَّذِي جَعَلَكُمْ خَلَائِفَ الْأَرْضِ وَرَفَعَ بَعْضَكُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِّيَبْلُوَكُمْ
فِي مَا آتَاكُمْ إِنَّ رَبَّكَ سَرِيعُ الْعِقَابِ وَإِنَّهُ لَغَفُورٌ رَّحِيمٌ ﴿١٦٥﴾

Terjemahnya:

Dan Dia lah yang menjadikan kamu penguasa-penguasa di bumi dan Dia meninggikan sebahagian kamu atas sebahagian (yang lain) beberapa derajat, untuk mengujimu tentang apa yang diberikan-Nya kepadamu. Sesungguhnya Tuhanmu Amat cepat siksaan-Nya dan Sesungguhnya Dia Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.⁴

Hal itu dapat dilakukan dalam berbagai aspek kehidupan seperti ekonomi, politik, budaya, dan lainnya yang akan memberikan warna bagi suatu kelompok mulai dari tingkat kampung, desa, kecamatan, kabupaten, provinsi sampai dalam kehidupan bernegara.

Allah swt. melengkapi ciptaan-Nya dengan berbagai bentuk cara untuk melanggengkan kehidupan manusia, sehingga begitu banyak jenis pekerjaan atau profesi yang dapat dilakukan oleh manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Salah satu aktifitas yang manusia yang telah diatur oleh Allah swt. dalam berbagai *nash* dalam Al-Quran maupun Hadis adalah kegiatan perdagangan atau bisnis. Hal ini menunjukkan kegiatan perdagangan atau bisnis merupakan suatu aktifitas yang sangat penting untuk mencukupi keperluan hidup manusia. Perdagangan merupakan bagian dari kegiatan ekonomi yang dilakukan manusia dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya. Setiap hari jutaan manusia

⁴ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya* (Jakarta: CV. Darus Sunnah, 2002), 151.

melakukan kegiatan perdagangan, sebagai produsen, perantara maupun sebagai konsumen.⁵

Kegiatan perdagangan ini bukanlah suatu hal yang baru, dalam sejarah Islam kegiatan berdagang sudah dilakukan umat islam sejak empat belas abad yang lalu dan menjadi bagian dari mata pencaharian yang sudah dipraktikkan oleh Rasulullah Muhammad saw.

Kehidupan Rasulullah saw. Merupakan teladan bagi umatnya untuk menata kehidupan. Allah swt. memilih Muhammad saw. sebagai rasulnya untuk mendidik umatnya dengan sebaik-baik pendidikan, dan menyempurnakan akhlakunya sehingga menjadi seorang contoh yang baik bagi umat manusia. Kemudian Allah mengutusnyanya kepada seluruh umat manusia untuk membimbing mereka menuju kebenaran dan membersihkan mereka dari dosa-dosa. Disamping itu Allah mengutusnyanya sebagai pembawa kabar gembira dan peringatan.⁶ Salah satu contoh keteladanan Rasulullah dalam hal praktik perdagangan atau bisnis. Hal itu dilakukan Rasulullah karena Al-Quran memandang bisnis sebagai pekerjaan yang menguntungkan dan menyenangkan. Torrey menulis, Al-Quran dengan sangat jelas menggambarkan dan sangat memperhatikan masalah perdagangan.⁷

⁵ Norvadewi, "Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip, Landasan Normatif)", *Al-TIJARY: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 01, no. 01 Desember 2015, hal. 33.

⁶ Andi Darussalam, *Etika Bisnis dalam Perspektif Hadis* (Makassar: Alauddin University Press, 2011), 1. Dan QS. Al-Ahzab/ : 45

يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَهِيدًا وَمُبَشِّرًا وَنَذِيرًا

⁷ Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis dalam Islam*, 17.

Salah satu aspek kehidupan manusia yang paling banyak disorot di dunia adalah kegiatan dalam aspek ekonomi, terkhusus pada masalah bisnis atau perdagangan.⁸ Para ahli ekonomi saat ini begitu tertarik dengan masalah bisnis atau perdagangan dikarenakan dunia internasional saat ini ingin menciptakan perdagangan yang menjurus kearah perdagang bebas melalui pasar global.⁹

Perkembangan pasar global ini bisa memberikan dampak yang sangat besar terhadap kepentingan pelaku bisnis dengan pelaku bisnis yang lainnya. Hal ini disebabkan oleh sifat dasar pelaku bisnis ialah berusaha meraup keuntungan sebesar besarnya dengan cara apapun tanpa memikirkan masalah kewajiban sebagai pelaku usaha seperti kejujuran, keadilan dan kemanusiaan.¹⁰ Salah satu faktor penyebabnya adalah para pelaku usaha perdagangan global saat ini lebih didominasi oleh pelaku usaha yang menganut sistem ekonomi kapitalis dan sistem ekonomi sosialis sehingga jauh dari norma norma agama. Sedangkan norma-norma agama itu sendiri diatur dalam Al-Quran dan Hadis nabi Muhammad saw.

Kegiatan perdagangan yang dilakukan umat manusia sangat membutuhkan tatakrama atau etika untuk menjalin keharmonisan sehingga diharapkan pelaku usaha dan pengguna usaha (konsumen) saling bermurah hati

⁸ M. Dawam Raharjo, *Perspektif Deklarasi Makkah Menuju Ekonomi Islam* (Bandung: Mizan, 1991), 11.

⁹ Warren J. Keegan, *Management Pemasaran Global*, terj. Alex Hastin (Jakarta: Prehalindo, 1996), 246.

¹⁰ Andi Darussalam, *Erika Bisnis dalam Perspektif Hadis*, 3.

dalam melakukan transaksi bisnis. Serta mengingat Allah sebagai prioritas utama dalam melakukan transaksi.¹¹

Pada dasarnya islam menganut prinsip Independensi yaitu kebebasan yang terikat yang berdasarkan keadilan, hukum agama dan moralitas. Sehingga jika prinsip kebebasan terikat ini diterapkan didalam praktik dagang islami maka terdapat norma, etika agama, dan perikemanusiaan akan menjadi landasan bagi pasar Islami yang bersih, antara lain: 1) menerapkan larangan memperjualbelikan barang-barang yang terlarang; 2) Benar, dapat dipercaya dan jujur;; 3) Menjunjung tinggi prinsip keadilan dan melarang riba; 4) terbentuknya sifat saling simpati dan larangan untuk memonopoli barang; 5)menjunjung tinggi toleransi dan persaudaraan; 6) berdasar pada pemahaman bahwa perdagangan adalah persiapan untuk kehidupan setelah kematian.¹²

Prinsip pasar islami diatas sangat dibutuhkan dalam menjaga pasar dari berbagai penyimpangan yang pada akhirnya dapat merugikan salah satu pihak terutama pihak pengguna atau konsumen. Betapa pentingnya etika, norma, dan prinsip-prinsip tersebut ditegakkan sehingga Nabi Muhammad saw. sangat cermat terhadap pasar. Beliau sampai mendirikan sebuah pasar khusus bagi umat islam di Madinah. Pasar ini terpisah dari pasar yang dikuasai oleh kaum Yahudi Bani Qainuda. Nabi Muhammad selalu mengontrol dan memberikan pengarahan

¹¹ Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis dalam Islam*, 109.

¹² Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, terj. Zainal Arifin dan Dahlia Husin (Jakarta: Gema Insan Press, 1997), 171.

kepada penjual dan pembeli(konsumen). Seringkali Nabi Muhammad bertindak sebagai penegak hukum untuk menyelesaikan masalah dalam perdagangan.¹³

Mencermati beberapa pandangan mengenai tatakrama, norma, etika dan sifat nabi Muhammad saw. dalam mengelola pasar dan bisnis, menunjukkan bahwa perdagangan yang dilakukan sejak empat belas abad yang lalu memerlukan penataan dan pengaturan yang lebih baik dan maksimal, agar tidak menimbulkan kerugian terkhusus bagi konsumen.

Pada hakikatnya konsumen mengandung makna yang umum, sebagaimana yang dikatakan Jhon F. Kennedy “*Consumers, by defenition include us all*” (secara defenisi, kita semua termasuk konsumen).¹⁴

Konsumen adalah setiap orang atau badan hukum pemakai suatu harta benda atau jasa karena adanya hak yang sah, baik ia pakai untuk pemakaian pribadi atau untuk tujuan produksi selanjutnya.¹⁵ Konsumen dalam ekonomi Islam tidak terbatas pada individu, tetapi juga mencakup sebuah badan hukum (*al-Syakhshiyyat al-Ma'nawiyah*). Oleh karena itu, dalam ekonomi Islam, tidak ada perbedaan antara pengguna akhir dan pengguna menengah. Ahli hukum Islam tidak membedakan antara barang konsumsi, produk properti dan barang setengah jadi seperti ilmu ekonomi umum.¹⁶

¹³ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, 171.

¹⁴ Shidaeta, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: PT. Grasindo, 2000), 2. Lihat juga, Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: BPFE, 2004), 128.

¹⁵ Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, 129-130

¹⁶ Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, 131.

Dalam Islam perlindungan terhadap konsumen tidak membedakan antara konsumen akhir dengan konsumen antara, sehingga selama transaksi jual beli berlangsung baik antara konsumen dengan pelaku usaha maupun pelaku usaha dengan pelaku usaha lain, keduanya tetap menjadi subjek yang dilindungi. Hal ini menunjukkan bahwa perlindungan hukum yang diberikan oleh ajaran islam adalah menyeluruh dan komprehensif.

Jika dibandingkan dengan Undang-Undang Republik Indonesia No. 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang disingkat UUPK, menjelaskan bahwa konsumen yang dilindungi hanya terbatas pada konsumen akhir yang menggunakan atau memanfaatkan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan, baik untuk konsumsi pribadi, keluarga, maupun makhluk hidup lainnya: *“Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”*.¹⁷

Ahmad Miru dan Sutarman Yodo menjelaskan penggunaan istilah “pemakai” dalam rumusan Pasal 1 angka 2 UUPK tersebut sesungguhnya kurang tepat, oleh karena kata “pemakai” dikaitkan dengan anak kalimat “bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain” menimbulkan kerancuan. Pemakai berarti untuk interest pribadi, bukan untuk keluarga, ataupun makhluk lainnya.¹⁸

¹⁷ Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Republik Indonesia No.8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

¹⁸ Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), 4.

Keberadaan konsumen senantiasa berada dalam posisi tawar yang lemah dibandingkan dengan kedudukan pelaku usaha sehingga menimbulkan atensi bagi berbagai organisasi non pemerintahan untuk memperjuangkan kepentingan konsumen. Salah satu contoh organisasi non pemerintahan yang berusaha memperjuangkan kepentingan konsumen di Indonesia adalah Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI). YLKI ikut serta dalam mengembangkan kesadaran baru atas pentingnya keterlibatan masyarakat dalam pelaksanaan kegiatan perlindungan konsumen. Bukti kongkret peranan YLKI adalah dengan memperjuangkan dibuatnya Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen sebagai produk hukum untuk melindungi konsumen.¹⁹ Kegiatan penegakan hukum perlindungan konsumen yang dilakukan oleh jabatan *al-hisbah* cukup kompleks, aktif dan diharapkan yang lebih baik, terselenggaranya hukum perlindungan konsumen.²⁰

Beberapa faktor yang menyebabkan kedudukan konsumen pada posisi yang lemah diakibatkan oleh faktor kekuatan yang dimiliki pelaku usaha, semuanya dimiliki seperti finansial, sumber daya manusia yang memadai, dan kedekatan dengan instansi atau pemerintah. Sebaliknya konsumen tidak memiliki akses untuk itu selain edukasi dari aktivis perlindungan konsumen yang kini mulai banyak tumbuh dan berkembang di negara Indonesia yang dikenal sebagai Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM).²¹

¹⁹ Website ylki.or.id/profil/sejarah. Di akses tanggal 11 desember 2020.

²⁰ Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, 254.

²¹ Pasal 44 UUPK.

Kemajuan berbagai teknologi yang dikembangkan oleh pelaku usaha mampu menciptakan dan memudahkan pekerjaan bagi masyarakat atau konsumen, bahkan mampu menyediakan berbagai jenis Barang dan/atau jasa yang diberikan kepada konsumen. Sehingga satu sisi, keadaan ini memberikan keuntungan bagi konsumen karena dapat lebih mudah memenuhi kebutuhan hidupnya dan memberikan kebebasan yang lebih besar untuk memilih berbagai jenis dan kualitas barang dan/atau jasa sesuai keinginan dan kapabilitas konsumen.

Namun di sisi lain, fenomena di atas dapat menyebabkan posisi pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang, dan posisi ini membuat konsumen dirugikan. Konsumen menjadi objek kegiatan usaha untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya dari pelaku usaha melalui promosi, metode penjualan dan penerapan perjanjian standar yang merugikan konsumen.²²

Fenomena tersebut di atas semakin diperkuat dengan uraian Joel Balkan yang menjelaskan: Keberadaan korporasi semakin kuat dan besar sebagai pelaku usaha, begitu pula kebutuhan untuk meredakan ketakutan masyarakat akan korporasi. Korporasi benar benar mengalami krisis legitimasinya yang pertama pada saat merembaknya katis merger di awal abad ke-20, ketika untuk pertama kalinya, banyak orang Amerika yang menyadari bahwa korporasi telah menjadi “monster raksasa” yang akan mengancam institusi sosial dan pemerintahan mereka. Pada saat itu banyak yang menganggap korporasi sbagai monster tanpa

²² Penjelasan umum UUPK.

jiwa yang tidak punya kepedulian, impersonal, dan amoral.²³ Itulah gambaran kekuatan korporasi yang merupakan bagian dari pelaku usaha yang mampu merusak sendi-sendi dan norma kehidupan masyarakat termasuk dalam dunia perdagangan atau bisnis.

Selain itu faktor kemajuan teknologi juga semakin memudahkan pihak pihak untuk melakukan transaksi bisnis atau perdagangan, misalnya melalui dunia maya atau internet yang dikenal sebagai *E-commerce*. Perdagangan melalui dunia maya sangat membutuhkan aturan atau kaidah dan norma-norma yang telah dikembangkan oleh Nabi Muhammad saw. dalam kegiatan bisnisnya yakni *sidq, amanah, fathanah, tabligh*.

Saat inilah waktu yang tepat untuk mengaktualisasikan sendi-sendi dan norma serta etika dalam perdagangan yang diatur dalam hadis Nabi Muhammad saw. Pendekatan islam terutama al-Quran dan Hadis terhadap masalah ekonomi meliputi perbaikan ekonomi dan kenaikan ruhanian sebagai dua unsur padu dalam pandangan islam yang menyeluruh yang merupakan indikator kebahagiaan manusia. Sebaliknya pendirian Marxis yang menyatakan bahwa ilmu ekonomi menguasai etika, tidak saja pada taraf berperilaku terbatas, melainkan juga sebagai kaidah umum. Jika demikian, mentalitas kapitalistis mengagungkan secara berlebihan kerakusan materialistis sebagai kunci keberhasilan duniawi.²⁴

²³ Joel Balkan, *The Corporation, Pengejaran Patologis Terhadap Harta dan tahta*, terj. Sri Isnani Husnayati., (Jakarta: Erlangga, 2005), 17.

²⁴ Syed Nawab Haider Naqvi, *Etika dan Ilmu Ekonomi, Suatu Sintesis Islami.*, terj. Husain Anis dan Asep Hikmat, (Bandung: Mizan, 1981), 39.

Melihat fenomena yang saat ini berkembang dan menjadi kebiasaan masyarakat dalam bertransaksi pada bidang perdagangan sangat penting untuk dikaji dan diteliti dengan mencermati dan menganalisis berbagai hadis yang berkaitan dengan perlindungan konsumen. Selain itu praktik bisnis yang dilakukan masyarakat perlu dicermati dengan melihat praktik dagang yang pernah dicontohkan rasulullah Muhammad saw.

Hal itu menunjukkan betapa pentingnya menganalisis hadis-hadis yang berkaitan dengan perlindungan konsumen yang saat ini semakin banyak diabaikan. Persaingan usaha semakin ketat dan tidak sehat serta kurangnya pengetahuan dan pemahaman pelaku usaha dan konsumen mengenai praktik perdagangan sebagaimana yang dicontohkan nabi diduga menjadi salah satu penyebabnya.

Di Indonesia sendiri sebagai negara hukum masalah perlindungan konsumen pemerintah telah mengeluarkan Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). UUPK ini diterbitkan untuk mengatur secara rinci tentang pemberian perlindungan kepada konsumen. Ruang lingkup hukum yang berlaku meliputi hak dan kewajiban konsumen, hak dan kewajiban pelaku usaha, serta cara-cara untuk mempertahankan hak dan kewajiban tersebut.²⁵

Dari berbagai fenomena terkait masalah perlindungan konsumen dan masih kurangnya karya-karya yang membahas perlindungan konsumen dari segi hadis. Beberapa karya hanya mengkaji perlindungan konsumen dari kacamata

²⁵ Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

hukum islam, ada juga karya yang hanya meneliti peranan Undang- Undang no.8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, bahkan kebanyakan karya hanya membahas masalah perdagangan secara luas seperti etika bisnis. Padahal negara Indonesia yang merupakan penganut agama islam terbanyak semstinya menjadikan al-Quran dan Hadis sebagai Pijakan dasar hukumnya. Disini lah pentingnya penelitian ini untuk mengkaji Hadis-hadis perlindungan konsumen untuk melihat hakikat sebenarnya yang diinginkan hadis ini kemudian mengimplementasikan nilai hadis perlindungan konsumen dalam kehidupan.

B. Rumusan Masalah

Melihat fenomena-fenomena yang terjadi di masyarakat terkait kerugian yang dialami konsumen oleh perilaku pelaku usaha. Oleh karena itu perlu pembacaan hadis tentang perlindungan konsumen secara jelas dan menanamkan nilai hadis dalam kehidupan bermasyarakat. Agar arah penelitian ini lebih fokus, maka diperlukan *research question* atau rumusan masalah.²⁶ Peneliti diharapkan dapat menjawab permasalahan berikut:

1. Bagaimana Konsepsi Hadis tentang Perlindungan Konsumen?
2. Bagaimana Hakikat dan Nilai Moral Hadis Perlindungan Konsumen dan Nilai Perlindungan Konsumen?

C. Tujuan dan Kegunaan

1. Untuk memetakan hadis hadis yang terkait perlindungan konsumen
2. Untuk mengetahui hakikat dari Hadis perlindungan Konsumen dan mengetahui nilai dalam hadis perlindungan konsumen.

²⁶ Afifuddin dan Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Pustaka Setia, 2009) , 100.

D. Tinjauan Pustaka

Penelitian terdahulu tentang etika perdagangan yang terkait dengan pemahaman ayat al-Qur'an dan hadis atau sumber ajaran Islam yang lain, di antaranya:

M. Quraish Shihab dalam Jurnal Ulumul Qur'an berjudul "Etika Bisnis dalam Wawasan al-Qur'an. Penelitian ini lebih menitikberatkan pada interpretasi kitab suci tentang bisnis, seperti larangan berbisnis dalam agama yaitu riba, kemudian membahas fungsi uang dalam Islam, dijelaskan pula di dalamnya tentang peranan uang menurut al-Qur'an, kemudian membahas tentang kebutuhan yang diinginkan manusia. Penjelasan selanjutnya dalam tulisan ini tentang pandangan al-Qur'an terhadap aktivitas ekonomi salah satunya yaitu muamalah sebagai interaksi manusia dalam aktivitas ekonomi.²⁷ Kajian jurnal karya M. Quraish Shihab tidak jauh berbeda dengan isi bukunya dengan judul "Wawasan Al-Qur'an: Tafsir Maudhu'i atas berbagai Persoalan Umat."²⁸

Muhammad juga menulis buku tentang "Etika Bisnis Islami", yang pada bab pendahuluan mencoba membahas tentang bagaimana Setelah Nabi Muhammad SAW menikah dengan Khadijah menjalankan bisnisnya. Artikel ini hanya menjelaskan tentang kunjungan Muhammad ke beberapa negara dalam kegiatan bisnis Islam dan bentuk transaksi.²⁹ Kajian ini belum sampai kepada pembahasan tentang perilaku yang dilakukan oleh Muhammad saw dalam

²⁷ M. Quraish Shihab, "Etika Bisnis dalam Wawasan al-Qur'an" dalam Jurnal Ulumul Qur'an, No.3/VII/1997.

²⁸ M. Quraish Shihab, *Wawasan al-Qur'an: Tafsir Maudhu'i atas Pelbagai Persoalan Umat*, (Bandung: Mizan, 1996).

²⁹ Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004), hal. XV-XVIII.

berbisnis, khususnya sebelum menerima wahyu. Hal ini berdasarkan sejarah yang mendeskripsikan pada usia 12 tahun, Muhammad sudah diajak untuk berdagang ke Syiria .

Lukman Fauroni juga menulis sebuah buku yang berjudul “ Etika Bisnis dalam Al-Qur’an”. Pada buku Lukman Fauroni ditulis dengan sangat detail terhadap Menjelaskan ayat-ayat Alquran terkait dengan prinsip bisnis Islam dan perilaku terlarang dalam bisnis. Pokok-pokok bahasan dalam tulisannya mengkritisi tentang praktek mal bisnis dan jenis-jenis mal bisnis. Dijelaskan bahwasanya praktek mal bisnis terbagi dua macam, yaitu: *business crimes* adalah bisnis yang melanggar hukum (pidana) dan *business tort* sebagai bisnis yang melanggar etika. Sehingga berbeda dengan penelitian ini yang menjadikan hadis sebagai sumber primier dalam penelitian.³⁰

Pembahasan tentang Bisnis Islam juga dapat dilihat pada Disertasi yang ditulis oleh Rusydi A. M. yang berjudul Perdagangan dalam Perspektif al-Qur’an (Pendekatan Tematik). Dalam disertasi tersebut dijelaskan tentang perdagangan sebagai pranata sosial, tujuan perdagangan, syarat-syarat perdagangan, serta sejarah dan perkembangan perdagangan. Selanjutnya Rusydi membahas tentang aspek-aspek yang berkaitan dengan etikaperdagangan, seperti relevansi etika denganperdagangan, dan kedudukan etika dalam praktik muamalah. Dalam menjelaskan etika perdagangan dalam perspektif al-Qur’an, Rusydi menjelaskan bahwa perdagangan itu mesti dilandasi suka sama suka yang ditunjukkan dalam moment ijab dan Kabul, dengan disertai hak *khiyar*.Lalu dijelaskan bahwa

³⁰ R. Lukman Fauroni, *Etika Bisnis dalam al-Qur’an*, (Yogyakarta: LKiS, 2006).

pedagang itu harus berlandaskan kebenaran dan kejujuran yang diwujudkan dengan perilaku adil.

Rusydi selanjutnya menjelaskan bahwa dalam perspektif al-Qur'an, perdagangan jangan sampai menghalalkan seseorang melaksanakan kewajibannya kepada Allah swt., dan pedagang harus bersih dari riba, disertai dengan administrasi yang baik, dan obyek perdagangan harus halal dan bermanfaat.

R. Lukman Fauroni dalam bukunya yang berjudul, "Etika Bisnis dalam al-Qur'an" dalam buku ini menjelaskan beberapa persoalan yang berkaitan dengan etika bisnis. Dalam bukunya Lukman Fauroni memulai pembahasannya dengan mengemukakan hal-hal yang berkaitan dengan fenomena bisnis Modern, kemudian menjelaskan tentang problematika bisnis dan etika yang dihubungkan dengan perkembangan etika bisnis. Selanjutnya Lukman Fauroni menjelaskan etika sebagai landasan dan persoalan bisnis. Disaat penulis menjelaskan tentang konsepsi al-Qur'an yang berkaitan dengan bisnis dan etika, penulis juga menjelaskan visi al-Qur'an yang berkaitan dengan bisnis dan etika. Kemudian dilanjutkan pada pembahasan hakikat bisnis dan etika.³¹

M. Suyanto juga menulis buku berjudul "Muhammad Business Strategy and Ethics" Buku ini membahas etika bisnis Muhammad. Penelitiannya berfokus pada etika menemukan dan mengonsumsi kekayaan, strategi dan tujuan bisnis, serta membimbing dan melarang praktik bisnis. Namun, meski subtitelnya mencerminkan etika bisnis Muhammad, penelitiannya juga menekankan pada

³¹ R. Lukman Fauroni, *Etika Bisnis dalam al-Qur'an*, (Yogyakarta: Pustaka Pesantren-LKiS, 2006).

kata-kata Alquran. Misalnya, etika bisnis harus didasarkan pada kepercayaan kepada Allah dan rasulnya, tetapi strategi bisnis harus mengikuti jalan Allah. Dan tujuan bisnis yang ingin dicapai keuntungan besar. Begitu pula dengan pembahasan etika bisnis yang juga menitikberatkan pada penyusunan Alquran dan Sunnah.³²

Berdasarkan beberapa penelitian sebelum, dalam thesis ini penulis ingin melakukan kajian tentang bagaimana agama islam mengatur dalam hadisnya terkait perlindungan konsumen agar perdagangan yang dilakukan pihak pelaku usaha dan konsumen tidak ada yang dirugikan, terutama konsumen yang selalu berada dalam posisi yang lemah dibanding pelaku usaha sehingga sering dirugikan.

E. Kerangka Teori

Kerangka teoritik sangat dibutuhkan untuk membantu memberikan penjelasan seputar rumusan masalah. Penelitian ini dimaksudkan untuk memahami kembali hadis-hadis terkait perdagangan dengan sudut pandang perlindungan konsumen. Untuk mengkaji hadis-hadis yang berkaitan dengan perlindungan konsumen penulis akan memaparkan beberapa teori terkait perlindungan konsumen. Yaitu:

a. Teori Caveat Emptor

Teori Caveat Emptor berkembang luas pada zaman kekaisaran romawi kuno.

Hingga tahun 1600 teori caveat emptor dianut oleh sistem hukum inggris

³² M. Suyanto, *Muhammad Business Strategy and Ethics*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008).

dan amerika serikat. Caveat emptor berasal dari bahasa latin yang berarti pembeli harus berwaspada. Dalam artian jika pembeli tidak bersikap hati-hati saat melakukan pembelian maka pembeli akan menanggung konsekuensi dan memikul semua resiko terhadap pembeliannya. Teori ini membuat kedudukan konsumen dan pelaku usaha itu berada dalam derajat yang sama. Sehingga pada tahun 1810 pengadilan-pengadilan di Inggris mulai memfokuskan pandangan mereka bahwa Caveat Emptor tidak dapat digunakan. Pengaruh tekanan itu dapat dilihat dari implementasi dari teori baru yang menekankan bahwa pelaku usaha harus menjamin kualitas barang yang mereka jual.³³

b. Teori *Paternalistik*

Masalah yang dihadapi konsumen terus meningkat jumlahnya, sehingga pemerintah merasa perlu untuk mengambil kebijakan intervensi untuk mengatasi potensi yang merugikan konsumen. Teori *paternalistik* membenarkan intervensi yang dilakukan oleh pemerintah dengan tujuan agar keseimbangan hak dan kewajiban antara produsen dan konsumen dapat diwujudkan. Inti dari teori ini adalah ketika konsumen membeli suatu barang kemudian barang ini tidak sesuai yang diinginkan konsumen maka harus mendapatkan ganti rugi. Jadi hukum yang bersifat *Paternalistik* dibentuk demi melindungi konsumen yang sering dirugikan pelaku usaha.³⁴

c. Teori *Caveat Venditor*

³³ NI Nengah Werdhyasari, “ Perlindungan Konsumen dalam Kontrak Baku E-Commerce Lintas Negara di Indonesia”, Thesis S-2, Kearsipan UAJY Yogyakarta, 2013, 27-30.

³⁴ *Ibid.*, 31-32.

Teori ini adalah antitesa dari teori *Caveat Emptor*. *Caveat Venditor* mengisyaratkan “hanya penjual berhati-hati”. Prinsip ini mengandung maksud bahwa penjual harus beritikad baik dan bertanggung jawab dalam menjual produknya kepada pembeli atau konsumen. Hal ini berbanding terbalik dengan *caveat emptor* yang menekankan agar pembeli yang berhati-hati sebelum membeli. Prinsip *caveat venditor* ini membebaskan tanggung jawab yang bijaksana pada penjual (pabrikan). Oleh karena itu, pelaku usaha harus bertindak jujur dengan memberikan perlindungan dan edukasi kepada konsumen, salah satunya melalui informasi produk yang jujur.³⁵

Sedangkan untuk mengkaji pemahaman hadis-hadis tentang perlindungan konsumen dengan menggunakan teori Double Movement dan Hermeneutika Hadis yang digagas oleh Fazlurrahman. Penulis merasa sesuai dengan kajian tematik penulis tentang perlindungan konsumen. Metode ini memberikan ruang bagi masa lampau lalu diaplikasikan pada kondisi saat ini sehingga sangat relevan dan dinamis untuk masa sekarang.

Metode Penelitian

Metodologi yang peneliti gunakan pada penelitian berupa kajian pustaka dengan data primernya bersumber dari berbagai sumber *library research*. Penelitian ini bersifat deskriptif-analisis, yaitu menggambarkan realitas historis masa nabi yang kemudian ditarik pada relevansinya dengan masa kini. Sedangkan, objek kajian penelitian adalah hadis-hadis yang bertemakan perlindungan konsumen yang terdapat dalam *al-Kutub al-Tis'ah*

³⁵ *Ibid.*

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan mengutip data dari berbagai kitab hadis dan literature lainnya yang terkait dengan kebutuhan penelitian. Sumber data dalam penelitian ini dibagi kedalam tiga bagian, yaitu: *pertama*, data primer berupa kitab sumber hadis terdiri dari: kitab *Ṣaḥīḥ Bukhārī*, kitab *Ṣaḥīḥ Muslim*, *Sunan Nasā'ī*, *Sunan Abu Dāūd*, *Sunan Ibnu Mājah*, *Sunan Tirmizī*, *Sunan Darīmī*, *Musnad Aḥmad bin Ḥanbal*, dan *Muwaṭṭa' Imam Mālik*. Kedua, data sekunder, terdiri dari kitab-kitab ilmu hadis yang termuat dalam kitab *ar-Rijāl al-Ḥadīs* dan *Asy-Syarah al-Ḥadīs*. Ketiga, data pendukung lainnya adalah berbagai literature yang diyakini sesuai dengan kebutuhan penelitian, seperti berbagai kitab *as-Sīrah an-Nabawiyah*, kitab tafsir, buku-buku sejarah, dan berbagai literature lainnya yang terkait dengan tema perdagangan.

Penulis melakukan analisis data dengan mengolah berbagai data primer, sekunder, dan pendukung yang selanjutnya menggunakan teknik analisis isi (content analysis), yaitu upaya menganalisis isi suatu teks, menentukan kriteria, dan membuat prediksi kandungan suatu teks. Dalam pembahasan ini peneliti melakukan pembagian hadis melalui berbagai tema yang terkait dengan kebutuhan pembahasan. Kriteria yang ditentukan adalah berfokus pada hadis-hadis yang berkualitas *ṣaḥīḥ* atau hasan sesuai kaedah ke-*ṣaḥīḥ*-an hadis diyakini bersumber dari nabi. Penelusuran hadis dilakukan dengan program komputerisasi *maktabah syamilah*, terkait dengan materi perdagangan.

Langkah-langkah yang dilakukan adalah menentukan pembagian hadis dengan cara menentukan tema-tema tertentu sesuai dengan tujuan pembahasan.

Dengan menggunakan metode tematik (maudhu'i)³⁶, yakni mengumpulkan, menghimpun dan mengkaji hadis-hadis yang memuat perdagangan nabi Muhammad saw., dengan teknik deskriptif-analisis yakni sebuah metode yang dilakukan dalam pemecahan masalah dengan menyebutkan data yang ada serta memberikan penjelasan,³⁷ melakukan pemeriksaan, klarifikasi guna mendapatkan kejelasan atas data yang sebenarnya.

Langkah Selanjutnya mengkaji pemahaman hadis tentang perlindungan konsumen dengan langkah kongkrit. Dengan mengkaji aspek bahasa, konteks historis, kemudian mengkolerasikan secara tematik komprehensif yaitu mencari data yang berkaitan dengan hadis tersebut baik dari kitab tafsir al-Quran maupun hadis yang bersesuaian dengan konteks hadis tersebut. Lalu mencari ide dasar (makna yang tersirat dibalik teks).

Selanjutnya setelah menjelaskan Hakikat yang dibalik teks hadis perlindungan konsumen, dan menjabarkan nilai yang terkandung dalam hadis perlindungan konsumen berdasarkan analisis terhadap hadis menggunakan metode hermeneutika hadisFazlurrahman.

³⁶Metode yang digagas oleh al-Farmawi ini mencoba membahas ayat-ayat yang terdapat dalam al-Qur'an berdasarkan tema-tema tertentu yang di himpun dan dikaji secara mendalam agar mendapat pemahaman yang komprehensif dan holistik berkaitan dengan tema yang dibahas. Abdul Hay y al-Farmawi, *al-Bidayah fi at-Tafsir al-Maudhu'i* (Kairo: al-Hadarah al-Arabiyyah, 1977), hal. 23

³⁷ Anton Baker dan Achmad Charis Zubair, *Metodologi Penelitian Filsafat* (Yogyakarta: Kanisius, 1990), hal. 27.

F. Sistematika Pembahasan

Penelitian ini akan dibagi dalam beberapa bab agar logis dan sistematis. Bab pertama atau pendahuluan akan memaparkan latarbelakang masalah, rumusan masalah serta metodologi yang akan dipakai.

Pada bab kedua, penulis akan memaparkan hadis sebagai sumber ajaran Islam dan membahas secara umum tentang perlindungan konsumen, yaitu pengertian, dasar hukum, asas dan tujuan perlindungan konsumen, dan hak-hak konsumen

Bab ketiga, penulis akan menginventarisasi dari kitab sumber terkait konsep perlindungan konsumen, kemudian melakukan takhrij terhadap salah satu jalur sanad hadis terkait perlindungan dan melakukan kajian bahasa, historis kalau ada, kajian tematis terkait hadis, dan menemukan ide dasar hadis terkait perlindungan konsumen.

Pada bab keempat, pembahasan akan difokuskan pada konteks hakikat hadis perlindungan konsumen berdasarkan pembacaan ide moral dari hadis yang disesuaikan dengan konteks sosio historis saat ini. Kemudian memaparkan nilai-nilai moral perlindungan konsumen lalu ditarik kepada nilai moral nabi Muhammad sebagai seorang pedagang.

Pada bab kelima, sebagai kesimpulan. Pada bab ini, hasil penelitian akan ditegaskan dalam beberapa poin penting. Penulis juga akan memberikan saran untuk penelitian ke depannya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pada bagian penutup ada beberapa poin yang harus digaris bawahi, meskipun poin-poin ini sejatinya belum dapat menjelaskan semua hasil dari penelitian ini. *Pertama*, penelitian ini membahas mengenai hadis tentang perlindungan konsumen. Perlindungan konsumen adalah usaha atau upaya untuk menjamin adanya kepastian hukum dan memberikan perlindungan kepada konsumen. Penelitian ini tidak berorientasi kepada perlindungan konsumen secara umum, tetapi meneliti hadis nabi Muhammad saw. tentang perlindungan konsumen.

Kedua, dengan melihat makna umum tentang perlindungan konsumen dan menyaring hadis-hadis nabi dalam transaksi jual beli. Ditemukan 6 hadis nabi dalam upaya melindungi konsumen yang dibagi pada tiga bagian, yaitu perlindungan konsumen terhadap harga barang, perlindungan konsumen terhadap kualitas dan informasi barang, dan perlindungan konsumen terhadap kuantitas harga barang. Dari keenam hadis ini dalam penelitian takhrij hadis tidak ada satupun hadis yang kualitasnya dhaif. Dengan mengkaji dari aspek bahasa, asbab al-wurudnya jika ada, mengkaji ayat al-quran dan hadis yang berkaitan tema, kemudian mencari ide dasar hadis untuk menemukan pesan yang ada dibalik teks, ditemukan pesan utama tentang hadis perlindungan konsumen ini saat melihat bukan pada teksnya yaitu nabi ingin hadis ini ditujukan bukan hanya kepada pelaku bisnis tetapi juga kepada konsumen, bahkan lebih luas lagi kepada seluruh

umat manusia untuk memiliki nilai-nilai budi pekerti seperti yang dicontohkan dan ada pada diri Rasulullah. Sebagaimana tujuan diutusnya Rasulullah oleh Allah swt. sebagai *ushwatun hasanah*.

Ketiga, kajian ini membuktikan nilai-nilai budi pekerti pada sifat nabi yaitu *siddiq* (kejujuran), *amanah* (tanggung jawab), *fathanah* (cerdas, bijaksana), dan *tabligh* (komunikatif) jika diterapkan dalam kehidupan tidak akan menzholimi diri maupun orang khususnya saat transaksi jual beli.

B. Saran

Dengan penelitian ini membuka mata terhadap hadis nabi yang tidak dapat hanya dilihat dari teks semata namun harus melihat secara konteksnya. Dengan zaman yang terus berkembang semakin banyak hal yang baru yang jika dicari kedalam al-Quran maupun Hadis akan susah ditemukan jika hanya melihat teksnya. Namun dengan melihat pada konteks yang ada pada hadis, akan memudahkan dalam menyelesaikan isu-isu aktual sekarang ini dengan tetap berada pada medan konteks keislaman.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, *Ensiklopedia Ekonomi, Keuangan dan Perdagangan*, Jakarta: PT. Pradnya Paramita, 1991.
- Abidin, Zainal dan Ahmad Safe'I, *Sosiologi : Sosiologi Islam berbasis Hikmah*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2003.
- Abu Muḥammad Maḥmūd Ibn Aḥmad Ibn Mūsā Ibn Aḥmad Ibn Ḥusain, *Magāni al-Akhyār*, ttp.:t.p.,t.t.
- Abū Āshim, *Fath al-Manān Syarh wa Tahqiq Kitāb al-Dārimī*, Makkah: Dār al-Basyar al-Islamiyah, 1999.
- Adil, Achmad, *Perlindungan Konsumen Perspektif Hadis: Suatu Kajian Maudhu'i*, Skripsi S1, Repository UIN Alauddin Makassar, 2015.
- Afifuddin dan Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Pustaka Setia, 2009.
- Ahmad, Mustaq, *Etika Bisnis Dalam Islam*, terj. Samson Rahman, Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2001.
- al- Sijistānī, Abū Dāwud Sulaimān bin al-Asyaṣ bin Ishāk bin Basyir bin Syidād bin 'Amru al-Azaḍī, *Sunan Abī Dāwud*, Beirut: al-Maktabah al-Aṣariyah, t.t.
- al-'Asqalānī, Ahmad bin 'Ali bin Hajar Abu Fadl *Tahzib al-Tahzib*, Beirut: Dār-al-Fikr, 1404 H.
- Al-'Asqalānī, *Fath al-Bārī Syarh Shahih al-Bukhari*, Beirut: Dar al-Fikr, 1993.
- al-Anṣārī, Muḥammad bin Makram bin 'Alī Abu al-Faḍil Jamāluddīn Ibn Manẓūr, *Lisān al-'Arab*, Beirut: Dār Ṣādr, 1414 H.
- al-Anṣārī, Muḥammad bin Qāsim, *Syarah Hudūd Ibn 'Irfah*, ttp.: al-Maktabah al-'Ilmiyah, 1350 H.
- al-Ashqalānī, Ibnu Hajar, *Tahzību al-Tahzīb*, Beirut: Dār-al-Fikr, 1404 H.
- al-Asqalānī, Abū al-Faḍil Aḥmad bin Alī bin Muhammad bin Ahmad bin Ḥajar, *Taqrīb al-Tahzīb*, Suriah: Dār al-Rasyīd, 1406 H/ 1986 M.

- al-Baghdādī, Abū ‘Abdullah Muḥammad bin Sa‘id, *Ṭabaqāt al-Kabīr*, Madinah: Maktabah al-Ulūm wa al-Hukum, 1408 H
- al-Baghdādī, Abū Bakr Aḥmād bin Alī bin Šabit bin Aḥmadbin Maḥdī al-Khatīb, *Tārīkh Baghdādī wa Żuyulih*, Beirūt: Dār al-Kitāb al-‘Ilmiyah, 1417 H.
- al-Bukhārī, Abū ‘Abdillah Muḥammad bin Ismāil, *al-Tārīkh al-Kabīr*, Beirut: Dār al- Fikr, t.th.
- al-Bukhārī, Muḥammad Ibn Ismā‘il Abū Abdillah, *al-Jāmi’ al-Šahīh*, Cet. III, Beirut: Dār Ibnu Kašīr, 1987 M/ 1407 H
- al-Dārimī, Abdullah Ibn Muḥammad Abū Muḥammad, *Sunan al-Dārimi*, Beirut: Dār al-Kutub al-‘Arabī, 1407.
- al-Damasyqī, Khair al-Dīn bin Maḥmūd bin Muḥammad bin Alī bin Fāras al-Zarkālī, *Al-‘Alām*, ttp.: Dār al-Ilmi lil Malayain, 2002.
- al-Dīn, Alī bin al-Qārī, Muḥammad Abū al-Ḥasan Nur, *Mirqāt al-Mafātīh Syarh Misyqāt al-Mašābih*, Beirut: Dār al-Fikr, 1422.
- al-Farmawi, Abdul Hayy, *al-Bidayah fi at-Tafsīr al-Maudhu’I*. Kairo: al-Hadarah al-Arabiyyah, 1977.
- al-Ḥanbalī, Maṣṣūr bin Yunus bin Šalāh al-Dīn Ibn Ḥasan bin Idriīs al-Bahūtī, *Syarh Muntaha al-Irādāt*, ttp.: ‘Ālim al-Kitab, 1414 H/1993M
- al-Hanafī, Abū Muḥammad Mahmud bin Aḥmad bin Mūsa bin Ahmad bin Ḥusain al-Gitābī, *Magāni al-Akhyār fi Syarh Asmi Rijāl Ma‘āni al-Ašār*, t.d.
- al-Hanafī, Alā’ al-Dīn al-Kasānī, *Badāl’al-Shanāi’ fi Tartīb al-Syara’I*, Beirut: Al-Maktabat al-‘Ilmiyyah, t.t.
- al-Hanafī, Zain al-Dīn ibn Nujaim, *al-Bahr al-Rā‘iq Syarh Kanz al-Daqa‘iq*, Kairo: Dār al-Kitāb al-Islāmi, t.t.
- al-Hanasī, Muhammad bin Ismāil, bin Salāh bin Muḥammad *Subul al-Salām*, ttp.: Dār al-Ḥadīš, t.t.
- Ali, Achmad *Menguak Tabir Hukum*, Jakarta: Chandra Pratama, 1996.
- Alimi, Ibnu Ahmad, *‘Tokoh dan Ulama Hadis*, Sidoarjo: Mashnun, 2008.

- Alma, Bukhari, *Dasar-Dasar Etika Bisnis Islam*, Bandung: Alfabeta, 2003.
- al-Mālik, Ibnu Baṭṭāl Abū al-Hasan ‘Alī bin Khalaf bin Abd, *Syarh Ṣaḥīḥ al-Bukhārī fī Ibn Baṭṭāl*, Riyāḍ: Maktabah al-Rusyd, 1423 H.
- al-Mizzī, Jamāluddīn Abī Yūsuf, *Tahzību al-Kamāl fī Asmā al-Rijāl*, Cet.4, Beirut: Muassasah al-Risālah, 1406 H.
- al-Mizzy, Yusuf bin Zakki Abd al-Rahman Abu al-Hajjaj, *Tahzib al-Kamal*, Beirut: Mu’assasah al-Risalah, 1406 H/1985 M.
- al-Nāsyir, ‘Umar Ibn Riḍā Kaḥālāh, *Mu’jam al-Mu’allifin*. Beirūt: Dar Ihya’i al-Tarāsi al-‘Arabī Beirūt, t.t.
- al-Naisābūry, Muslim bin al-Ḥajjāj Abū al-Ḥasan al-Qusyairī *Ṣaḥīḥ Muslim*, Beirut: Dār Ihya’ al-Turās al-‘arabī, t.t.
- al-Nasyar, Ali Sami, *Aqaid al-Salaf*, Iskandariyah: Maktab al-Itsar al-Salafiyah, 1971.
- al-Qazwainī, Ibn Mājah Abū ‘Abdillāh Muḥammad bin Yazīd *Sunan Ibnu Mājah*, Beirut: Dār al-Fikr, t.t.
- al-Qazwinī, Muḥammad ibn Yazīd Abu ‘Abdillah, *Sunan ibn Mājah*, Beirut: Dār al-Fikr, t.t.
- al-Rāzī, Abū Muhammad ‘Abd al-Rahmān bin Abi Hātim, *al-Jarh wa al-Ta’dīl*, Beirut: Dār Ihya’ al-Turās al-Arabī, 1271 H/1952 M.
- al-Rāzī, Aḥmad bin Fāris bin Zakariyā al-Qazwaīnī, *Mu’jam Maqāyis al-Lughah*, t.t.: Dār al-Fikr, 1399 H/ 1979 M.
- al-Razi, Al-Taḥir Aḥmad, *Tartīb al-Qamūs al-Muḥīt*, Kaherah: ‘Isa al-Bab al-Halabī wa Ṣarikahū, t.t.
- al-Razī, Muḥammad bin Abū Bakr bin Abdul Qadīr, *Mukhtar al-Siḥaḥ*, Beirut: Dār al-Kutūb al-‘Arabi, 1967.
- al-Sanādī, Muḥammad bin Abd al-Hādī Abū Hasan Nur al-Dīn, *Ḥāsyiah al-Sanadī alā Sunan Ibnu Mājah*, Dār al-Jīl; Beirut, t.t.
- al-Sharkhasīy, Syams al-Dīn, *Al-Mabsūth*, Beirut: Dār al-Fikri, 1989.

- al-Suyūṭī, Abd al-Rahmān bin Abī Bakr, Jalāluddīn, *Tabaqāt al-Ḥuffāz*, Beirut: Dār al-Kutūb al-‘Ilmiyah, 1403 H.
- al-Syaibānī, Abū ‘Abdillāh Aḥmad bin Muḥammad bin Ḥanbal bin Hilāl bin Asad *Musnad Aḥmad bin Ḥanbal*, Beirut: ‘Ālim al-Kitāb, 1419 H/1998 M.
- al-Ṭaliqānī, Ismā‘īl bin Ibād bin al-‘Abbās Abū al-Qāsim, *al-Muḥīṭ fī al-Lughah*, ttp.:t.p.,t.t.
- al-Tamīmī, Abū Hātim Muḥammad bin Hibbān bin Aḥmad, *Masyāhīr ‘Ulamā’ al-Amsār*, Beirut: Dār al-kutūb al-Ilmiyah, 1959 M.
- al-Yamanī, Muḥammad bin Alī bin Muḥammad bin Abdullah al-Syaukānī, *Nail al-Auṭār*, terj. Qadir Hassan, dkk., Cet. III, Surabaya: PT. Bina Ilmu, 2001.
- al-Ḍahabī, Syams al-Dīn Abū Abdullāh Muḥammad bin Aḥmad bin Usmān bin Qaimāzi, *Mizān al-Itidāl fī Naqd al-Rijāl*, Beirut: Dār al-Ma’rifah lil Ṭibā‘ati wa al-Nasyr, 1382 H/ 1963 M.
- al-Zarkālī, Khairuddīn *Al-A’lām al-Zarkālī*, ttp.: t.p., 1980 M.
- Anis, Ibrāhim, *Mu‘jam al-Wasit*, ttp.:t.p.,t.t.
- Az-Zuhaili, Wahbah, *Ushul Fiqhil Islami*, Jakarta; Gema Insani, 2003.
- Baker, Anton dan Achmad Charris Zubair, *Metodologi Penelitian Filsafat*, Yogyakarta: Kanisius, 1990.
- Balkan, Joel, *The Corporation, Pengejaran Patologis Terhadap Harta dan tahta*, terj. Sri Isnani Husnayati, Jakarta: Erlangga, 2005.
- Basrowi, Muhammad dan Soenyono, *Memahami Sosiologi*, Surabaya: Lutfansah Mediatama, 2004.
- Darmodiharjo, Dardji *Pokok-Pokok Filsafat Hukum, Apa dan Bagaimana Filsafat Hukum Indonesia*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2006.
- Darussalam, Andi, *Etika Bisnis dalam Perspektif Hadis*, Makassar: Alauddin University Press, 2011.

Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahnya*, Jakarta: PT. Kerya Azzahra Mandiri, 2014.

Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, Jakarta: CV. Darus Sunnah, 2002.

Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, Jakarta: Departemen Agama RI, 2008.

Departemen Pendidikan dan kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1999.

Diana, Ilfi Nur, *Hadis-Hadis Ekonomi*, Malang: Uin Malang Press, 2008.

Farkhani. Dkk, *Filsafat Hukum; Paradigma Modernisme Menuju Post Modernisme*, Solo: Kabilah Publishing, 2018.

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

Firmansyah, Maman, *"Hadis Tentang Praktik-Praktik yang Terlarang Dalam Jual beli"*, Repository UIN Syarif Hidayatullah, Skripsi S1, 2011, 47.

Haqee, Ziaul, *Ahmad ibn Hanbal: The Saint Scholar of Baghdad*, terj. Nurul Agustina, Jurnal Studi-studi Islam al-Hikmah, Bandung:Yayasan Muthahari, 1992.

Ibn Ḥanbāl, Aḥmad, *Musnad Ahmad Ibn Hanbal*, Beirut; al-Maktabah al-Islami, t.th.

Ismāil, Muhammad Ibn, *Subul al-Salām*, Beirut; Dār al-Fikr, 1991M/ 1411H.

Ismail, M. Syuhudi, *Kaidah Kesahihan Sanad Hadis*, cet. ke-2, Jakarta: Bulan Bintang, 1995.

Ismail, Syuhudi *Metodologi Penelitian Hadis*, Jakarta: Bulan Bintang, 1992.

Kaṣīr, Abū al-Fadā'i Ismāil bin 'Amr bin, *al-Takmil fī al-Jarh wa al-Ta'dīl wa Ma'rifah al-Ṣiqāt wa al-Du'afā wa al-Majāhil*, Yaman: al-Dirāsah al-Islamiyah wa al-Tahqīq wa al-Turās wa al-Tarjamah, 321-322

Kaṣīr, Ibnu *Tafsir Ibnu Kasir*, terj. Bahrūn Abu Bakar, Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2000.

- Keegan, Warren J, *Management Pemasaran Global*, terj. Alex Hastin, Jakarta: Prehalindo, 1996
- Kertajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Makreting*, Bandung: Mizan: 2006.
- Khalid, Uthman bin Haji, *Kamus Besar Arab Melayu Dewan*, Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka, 2006.
- Khalkān, Abu al-‘Abbas Aḥmad bin Muḥammad bin Abī Bakar bin, *Wafayāt al-A‘yān wa Anbā’ Abnā’ al-Zamān*, Beirut: Dār Sādir, 1900M.
- al-Misri, Abdul Sami, *Perniagaan dalam Islam*, terj. Ahmad Haji Hasbullah, Kuala lumpur; Dewan Bahasa dan Kementrian Pendidikan Malaysia, 1999.
- M. Suyanto, *Muhammad Business Strategy and Ethics*, Yogyakarta: Andi Offset, 2008
- Majma’ al-Lughāt al-‘Arabiyah, *al-Mu’jam al-Wasith*, Kairo: Majma’ al-Lughāt al-‘Arabiyah, 1972.
- Miru, Ahmad dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.
- Muḥammad bin ‘Isa bin Saurah bin Musa bin al-Ḍaḥāk al-Turmuḏī, *Sunan al-Turmuḏī*, Mesir: Syirkah Maktabah wa Mutabbiah Muṣṭafa al-Bāb al-Ḥalabī, 1395 H/1975 M
- Muhammad dan Alimin, *Etika & Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta: BPFE, 2004.
- Muhammad Ṣadiq Khan, *Al-Siraj Al-Wahhāj min Kasyfī Mathalib Shahīh Muslim bin al-Hajjāj*, Beirut; Dār al-Kutub al-Ilmiyah, t.t.
- Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004.
- Mun‘im, Mahmud Abd al-Raḥman Abd, *Mu’jam al-Mustahalat wa al-Alfāz al-Fiqhiyyah*, Kaherah: Dār al-Fadilah, 1999.
- Munawwir, Ahmad Warson, *Kamus al-Munawwir Arab-Indonesia Terlemgkap*, cet. Ke-4 Surabaya: Pustaka Progresif, 1997.

- Munir, Misbahul, *Ajaran-Ajaran Ekonomi Rasulullah (Kajian Hadis Nabi dalam Perspektif Ekonomi)*, Malang: UIN Malang Press, 2007.
- Najwah, Nurun, *Ilmu Ma'anil Hadis: Metode Pemahaman Hadis Nabi Teori dan Aplikasi*, Yogyakarta: Cahaya Pustaka, 2008.
- Naqvi, Syed Nawab Haider *Etika dan Ilmu Ekonomi, Suatu Sintesis Islami.*, terj. Husain Anis dan Asep Hikmat, Bandung: Mizan, 1981.
- Nasution, Az., *Hukum Perlindungan Konsumen (Suatu Pengantar)*, Jakarta: Diadit Media, 2001.
- Nasution, Az., *Hukum dan Konsumen: Tinjauan Sosial Ekonomi dan Hukum pada Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1995.
- Nata, Abuddin, *Ensiklopedia Islam*, cet.ke-8, Jakarta: PT. Lehtiar Baru Van Hoeve, 2001
- Qaradhawi, Yusuf, *Peran , Nilai dan Moral dalam Perekonomian*, terj. Didin Hafidhuddin, Jakarta: Robbani Press, 1997
- Qardhawi, Yusuf, *Daūr al-Qiyām wa al-akhlāq fī al-Iqtisāl al-Islami*, Kairo: Maktabah Wahbah, 2001.
- Qardhawi, Yusuf, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, terj. Zainal Arifin dan Dahlia Husin, Jakarta: Gema Insan Press, 1997.
- Raharjo, M. Dawam, *Perspektif Deklarasi Makkah Menuju Ekonomi Islam*, Bandung: Mizan, 1991.
- Rahmaniyah, Inayah, *Studi Kitab Hadis, Kitab Musnad Ahmad Ibn Hanbal*, Yogyakarta: Teras, 2003.
- Rasjidi, Lili dan Ira Thania Rasjidi, *Dasar-Dasar Filsafat dan Teori Hukum*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2007.
- Rokan, Mustafa Kamal, *Hukum Persaingan Usaha Teori dan Praktiknya di Indonesia*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010.
- Sabiq, Sayyid, *Fiqhus Sunnah*, terj. Mujahidin Muhayan, Jakarta: Pena Pundi Aksara, 2010.
- Salih, Subhi, *'Ulum al-Hadis wa Mustalahuh*, cet. XVII, Beirut: Dar al-Ilmi li al-Malayin, 1988.

- Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta: PT. Grasindo, 2000.
- Shihab, M. Quraish, *Wawasan al-Qur'an: Tafsir Maudhu'i atas Pelbagai Persoalan Umat*, Bandung: Mizan, 1996.
- Shihab, Quraish, *Bisnis Sukses Dunia Akhirat*, Tangerang: Lentera Hati, 2013.
- Shihab, Quraish, *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Quran*, cet. ke-3, Jakarta: Lentera Hati, 2005.
- Siahaan, N.H.T, *Hukum Konsumen : Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Produk*, Jakarta: Panta Rei, 2005.
- Sidabalok, Janus, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakri, 2010.
- Simatupang, Taufik H, *Aspek Hukum Periklanan dalam Perspektif Perlindungan Konsumen*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2004.
- Sya'bi, Ahmad, *Kamus al-Qalam Indonesia-Arab Arab-Indonesia*, Surabaya: Halim Jaya, t.t.
- Syafe'I, Rachmat, *al-Hadis, Aqidah, Akhlak Sosial dan Hukum*, Bandung: CV Pustaka setia, 2000.
- Syawali, Husni dan Neni Sri Imaniyati, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung: Mandar Maju, 2000.
- Taymīah, Taqiyuddin Ahmad Ibnu. *al-Siyāsah al-Syar'īyah fī Iṣlah al-Ra'ī wa al-Ra'īyah*, ditahqiq oleh Abū 'Abdillāh 'Alī ibn Muḥammad al-Maghribī, Iskandariyah: Dār al-Iman, t.t.
- Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Dinas Perindustrian dan Perdagangan, 2015.
- Utomo, Setiawan Budi, *Fiqh Aktual Jawaban Tuntas Masalah Kontemporer*, Jakarta: Gema Insani Press, 2003.
- Weinsinck, A.J., *Al-Mu'jam al-Mufahras Li Alfāz al-Ḥadīṣ al-Nabawīy*. Laiden: Baril, 1965 M.

Werdhyasari, NI Nengah, “ Perlindungan Konsumen dalam Kontrak Baku E-Commerce Lintas Negara di Indonesia”, Thesis S-2, Kearsipan UAJY Yogyakarta, 2013.

Ya'qub, Hamzah, *Kode Etik Dagang Menurut Islam (Pola Pembinaan Hidup Dalam Berekonomi)*, Bandung: Diponegoro, 1984.

Yahya, Bakr bin Abdullāh Abū Zaīd bin Muḥammad bin Abdullāh bin Bakr bin Uṣmān bin, *Ṭabaqāt al-Nisābain*, Riyād: Dār al-Rasyad, 1407 H/ 1987 M.

Sumber Artikel dan Jurnal

Ali, Muhammad dan Didik Himmawan, “Peran Hadis Sebagai Sumber Ajaran Agama, Dalil-Dalil Kehujjahan Hadits dan Fungsi Hadits Terhadap Al-Quran” *RISALAH: Jurnal Pendidikan dan Studi Islam*, vol.5, no. 1 march 2019, 127.

Amalia, Iffa dan Sri Herianingrum, “Implementasi Nilai Tabligh dalam Proses Belajar Mengajar di Madrasah Aliyah Negeri Mojokerto”, *JESTT*, vol.2 No. 10 Oktober 2015

Aris Muttaqin, Anwaril “Larangan Jual Beli Gharar: Telaah Terhadap Hadis dari Ahmad bin Hanbal”, *EQUILIBRIUM: Jurnal Ekonomi Syariah*, vol. 3, no. 1 juni 2015, 159.

Awang, Abdul Hadi bin, “Gharar dalam Perspektif Fiqh Al-Hadith: Analisis Terhadap ‘Illah dan Prinsip”, *HADIS: Jurnal Ilmiah Berimpak*, vol. 2, no. 4 Desember 2012, 64.

Broto Susilo, Agus “Hak-Hak Produsen dalam Hukum Perlindungan Konsumen”, *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, vol. 22, no. 5 Oktober 1992, 428-429.

Fatimah, Ummul dan Enzuz Tinianus, “Perlindungan yang Diberikan Oleh Consumers International Terhadap Konsumen dalam Jasa Penerbangan”, vol. 3 no. 2 Mei 2019, 251.

Gusriani, R. Yani dan Haris Faulidi, “Dakwah dalam Bisnis dan Enterpreneur Nabi Muhammad”, *ALHADHARAH: Jurnal Ilmu Dakwah*, vol.11 no. 21 Januari-Juni 2012.

- Indriyati, "Penerapan Khiyar Pada Jual Beli", *Al-SYIRAH: Jurnal Ilmiah*, vol. 2, no. 2 2014, 38.
- Jaya, Septi Aji Fitra, "Al-Quran dan Hadis Sebagai Sumber Hukum Islam", *JII: Jurnal Indo-Islamika*, vol. 9, No. 2 Juli-Desember 2019, 213.
- Melani Deby et. al, "Tinjauan Fikih Muamalah terhadap Jual Beli Najasy pada Marketplace Lazada", *SPESIA: Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, vol. 6, no. 2 Tahun 2020. 246.
- Nafiuddin, "Memahami Sifat Shiddiq Nabi Muhammad Perspektif Bisnis Syariah", *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, vol. 6 no. 2 desember 2018.
- Norvadewi, "Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip, Landasan Normatif)", *Al-TIJARY: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 01, no. 01 Desember 2015.
- Nuryadin, Muhammad Birusman, "Harga dalam Perspektif Islam", *MAZAHIB*, vol. IV, no. 1 Juni 2007.
- Putri, Nyoman Rizkyta, "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Konsumen Terkait Produk Makanan Kemasan yang Sudah Kadaluarsa", *KERTHA SEMAYA: Journal Ilmu Hukum*, vol. 2, no.1 Februari 2014, 4-5.
- Qusthoniah, "Tas'ir al-Jabari (Penetapan Harga oleh Negara) Dalam Koridor Fiqh Dengan Mempertimbangkan Realitas Ekonomi", *Jurnal Syari'ah*, vol. 2, no. 1 Oktober 2014, 83.
- Saifullah, Muhammad, "Etika Bisnis Islam dalam Praktek Rasulullah", *WALISONGO*, vol. 19, no. 1 Mei 2011.
- Shihab, M. Quraish, "Etika Bisnis dalam Wawasan al-Qur'an" dalam Jurnal Ulumul Qur'an, No.3/VII/1997.
- Sobari, Alwan, "Larangan Menjual Barang yang Sudah Dijual", *Tawshiyah*, vol. 18, no. 8 Tahun 2017, 7
- Sukiati, "Hukum Melakukan Penimbunan Harta/Monopoli", *MIQOT*, vol. XXXIII No. 2 juli-Desember 2009, 162.

Supriyono, “Memahami Cara Kerja Sistem Perekonomian”, *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, vol. 6 no. 2 November 2009, 194.

Syaifullah, “Etika Jual Beli dalam Islam”, *HUNAFa: Jurnal Studia Islamika*, vol. 11, no. 2 Desember 2014, 383.

Taufiq, “Memakan Harta Secara Bathil”, *Jurnal Ilmiah Syariah*, vol. 17, no. 2 Juli- Desember 2018.

Tulisan berjudul “Konsumen Diperhatikan” Harian Kompas, Edisi Selasa, 2 Mei 2015, halaman 20.

Yahya, Aqil Barki, “Etika Bisnis (Perilaku) Rasulullah Muhammad SAW sebagai Pedoman Wirausaha”, *MASHARIF AL-SYARIAH: Jurnal Ekonomi Syariah*, vol.5, no. 1 2020, 96.

Sumber Elektronik

Ensiklopedi Hadis, *Kitab 9 Imam*, Lidwa Pustaka; Lembaga Ilmu Dakwah dan Publikasi Sarana Keagamaan. CD. Digital.

Khamim, “Takhrij Hadis Riwayat Ibnu Majah tentang Larangan Menyembunyikan Cacat Barang Dagangan” *Islamic Economic Month*, diakses pada tanggal 25 november 2020, <http://www.ekonomiislamindonesia.blogspot.com/2012/11/takhrij-hadits-riwayat-ibnu-majah.html>.

Syamhudi, Kholid, “Jual Beli Terlarang”, *Blog Kholid Syamhudi*. (diakses 15 Desember 2020). <http://klikuk.com/2013/12/05/Jual-Beli-Terlarang-1.html>.

Tuasikal, Muhammad Abduh “Pedagang yang Bermain Curang dalam Timbangan” *Rumaysho.com*, 30 Syawal 1435H, diakses tgl 10 Desember 2021, <http://www.Rumaysho.com/>

Website ylki.or.id/profil/sejarah. Di akses tanggal 11 desember 2020

CURRICULUM VITAE

Nama : Achmad Adil
 Tempat, Tgl. lahir : Ujung Pandang, 6 Mei 1993
 E-mail : Achmadadhiel2@gmail.com
 HP : 089505461869
 Nama Ayah : Dr.Rustan Pance, S.H., M.H.
 Nama Ibu : Norma, SS
 Alamat Rumah : Jl. Palapa III, Blok A3/68, Telkomas, Makassar, Sul-Sel
 Alamat Yogyakarta : Jl. Nogomudo No.268, Catur Tunggal, Depok, Sleman

Pendidikan Formal :

- SD Inpres Tamalanrea Negeri II, Makassar, Sul-Sel [1999-2005]
- Pesantren Modern Pondok Madinah, Makassar, Sul-Sel [2005-2008]
- Madrasah Aliyah Keagamaan Negeri, Makassar Sul-Sel. [2008-2011]
- Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Sul-Sel [20011-2015]
- Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta [2016-2021]

Demikian daftar riwayat hidup ini kami buat dengan sebenar-benarnya.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

Yogyakarta, 12 Desember 2020

Achmad Adil