

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu**

Tinjauan penelitian terdahulu menggambarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang penelitian tersebut memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Pemaparan tinjauan penelitian terdahulu bertujuan untuk mengetahui persamaan dan perbedaan objek ataupun permasalahan yang diteliti sehingga bisa digambarkan perbedaan yang sangat mendasar dari penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian sebelumnya. Agar tidak terjadi kesalahpahaman dan terhindar dari anggapan plagiasi.

Penelitian pertama dilakukan oleh Musniyarda M “Implementasi UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Relasi terhadap pelaku usaha jual Beli Motor Bekas di Parepare)”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa implementasi UU No. 8 Tahun 1999 berdasarkan konsep Ekonomi Syariah, dalam mengimplementasikan kebijakan tersebut khususnya dalam hal komunikasi selalu menjadi tujuan utama mengenai sasaran dengan mentransmisikan kepada kelompok sasaran agar diketahui secara jelas hal-hal seperti letak permasalahan dalam pengaduan atau memberikan arahan agar terhindar dari hal yang tidak diinginkan, sumber daya manusia juga secara efektif ikut serta dalam melakukan penerapan tersebut sesuai dengan struktur dan bidangnya masing-masing dengan memberikan watak dan karakteristik yang baik kepada kelompok sasarannya dan dilakukan berdasarkan konsep ekonomi syariah sehingga dengan demikian tujuan yang ingin dicapai atau efisiensi ekonomi dan keadilan dapat dicapai secara bersamaan karena perlindungan konsumen merupakan hal yang sangat penting dalam hukum Islam demi

kemaslahatan bersama. Kemudian dalam kegiatan berekonomi pelaku usaha harus menyeimbangkan antara aturan yang berlaku dengan hukum-hukum Islam terutama dalam kegiatan jual beli.<sup>1</sup> Adapun persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama mengkaji perilaku pelaku usaha dalam menjalankan usahanya sedangkan perbedaannya adalah Musniyarda fokus pada Relasi antara UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dengan pelaku usaha jual Beli Motor Bekas di Parepare sedangkan penelitian yang akan saya lakukan berfokus pada analisis masalah terhadap implementasi UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pada pelaku usaha jasa angkutan di Simboro kab. Mamuju

Penelitian kedua dilakukan oleh Nuraisyah Bakri “Perilaku Konsumsi Dalam Pemilihan Handphone Masyarakat Masolo II (Analisis Maqasid Al-Syari’ah)”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Motif memilih *handphone* masyarakat Desa Masolo dipengaruhi oleh faktor ekonomi dan faktor psikologi . Tujuan pemilihan *handphone* pada masyarakat Masolo adalah sebagai kebutuhan dan alat komunikasi jarak jauh serta sebagai alat hiburan. Kemudian Hasil yang dicapai masyarakat desa Masolo setelah menggunakan *handphone* yaitu komunikasi yang semakin baik menyambung tali silaturahmi.<sup>2</sup> Persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian sebelumnya adalah sama meneliti tentang perilaku yang ada di masyarakat.

---

<sup>1</sup> Musniyarda M., “Implementasi UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Relasi terhadap pelaku usaha jual Beli Motor Bekas di Parepare)” (Skripsi Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, tahun 2018), h. 91

<sup>2</sup> Nuraisyah Bakri., “Perilaku Konsumsi Dalam Pemilihan Handphone Masyarakat Masolo II (Analisis Maqasid Al-Syari’ah)” (Skripsi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Parepare, tahun 2016), h. 73

Adapun perbedaannya adalah dalam penelitian tersebut Nuraisyah meneliti tentang perilaku konsumsi dalam pemilihan handphone yang dianalisis dari aspek maqasid syari'ah. Sedangkan pada penelitian yang akan saya lakukan yaitu meneliti perilaku pelaku usaha jasa angkutan yang dikaitkan dengan UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen kemudian dianalisis dari aspek masalah.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Muhammad Faisol Amin dengan judul penelitian “Analisis Hukum Islam Terhadap Praktek Sewa Jasa Angkutan Umum Pick Up di kecamatan Kaliwunugu Selatan”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa praktek sewa jasa angkutan umum *pick up* telah memenuhi syarat dan rukun yang terdapat pada akad ijarah. Apabila melihat dari sisi masalah dan mudharat dari keberadaan angkutan umum *pick up* bagi penumpang (konsumen) dan sopir angkutan (pelaku usaha), adapun sisi dari kemaslahatannya lebih besar dari mudharat yang akan muncul disebabkan angkutan umum tersebut ditiadakan/dihentikan. Serta praktek sewa jasa angkutan umum tersebut tidak bertentangan dengan hukum syara sehingga masuk dalam kategori masalah mursalah.<sup>3</sup> Adapun persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian sebelumnya adalah meneliti tentang jasa angkutan. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian sebelumnya menggunakan analisis hukum islam khususnya mengenai praktek sewa jasa angkutan dari segi akad ijarah kemudian ditambah dengan penilaian dari sisi masalah dan mudharat dari keberadaan jasa angkutan tersebut. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan meneliti analisis masalah dari pengimplementasian UU No. 8 Tahun 1999 yang dilakukan oleh pelaku usaha jasa angkutan.

---

<sup>3</sup>Muhammad Faisol Amin., “Analisis Hukum Islam Terhadap Praktek Sewa Jasa Angkutan Umum Pick Up di kecamatan Kaliwunugu Selatan” “Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang, tahun 2017” h. 67

Penelitian keempat dilakukan oleh Raudhatul Jannah dengan judul penelitian “Perlindungan Hukum bagi Konsumen Jasa Angkutan Umum menurut Undang-Undang No.8 Tahun 1999 dan Hukum Islam (Studi Kasus Terhadap Angkutan L300 di Terminal Lueng Bata)”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa bentuk perlindungan yang diberikan kepada penumpang yang menggunakan angkutan umum adalah dengan memberikan tiket kepada penumpang sebagai bentuk asuransi bagi penumpang, memberikan informasi yang jelas dan benar mengenai kondisi jasa, memberikan kompensasi apabila terjadi kecelakaan, dsb. Dalam hal perlindungan penumpang menurut UU No. 8 Tahun 1999 Tentang perlindungan konsumen dan menurut hukum Islam, belum terlaksanakan dengan sepenuhnya, hal ini terlihat dengan masih banyak angkutan L300 di Terminal Lueng Bata mengangkut penumpang melebihi kapasitas, penumpang juga tidak mendapatkan kompensasi apapun ketika adanya keterlambatan penjemputan sampai berjam-jam, masih banyak penumpang yang tidak mengerti akan hak-haknya dan cara mempertahankan atau mengadakan permasalahannya, memperlakukan penumpang secara diskriminatif, dan mencampurkan antara penumpang laki-laki dengan penumpang perempuan. Hanya hak mendapatkan informasi, memberikan kompensasi apabila terjadi kecelakaan, dan hak untuk makan serta shalat yang berjalan dengan baik.<sup>4</sup> Adapun persamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama meneliti tentang jasa angkutan yang dihubungkan dengan undang-undang perlindungan konsumen. Sedangkan perbedaannya yaitu penelitian

---

<sup>4</sup>Raudhatul jannah., “*Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Jasa Angkutan Umum Menurut UU No.8 Tahun 1999 dan Hukum Islam (Studi Kasus Terhadap Angkutan L300 di Terminal Lueng Bata)*” “Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh, tahun 2018”, h. 88

sebelumnya menganalisis perlindungan konsumen jasa angkutan L300 di terminal Lueng Bata dari segi UU No. 8 Tahun 1999 dan hukum Islam sedangkan penelitian yang akan dilakukan menganalisis implementasi UU No. 8 Tahun 1999 pada pelaku usaha jasa angkutan dari segi masalah di Simboro Kab. Mamuju

## **2.2 Tinjauan Teoretis**

### **2.2.1 Teori implementasi**

Konsep implementasi berasal dari bahasa Inggris, yaitu *to implement* (mengimplementasikan) berarti *to provide the means for carrying out* (menyediakan sarana untuk melaksanakan sesuatu), dan *to give practical effect to* (untuk menimbulkan dampak/akibat terhadap sesuatu).

Menurut Van Meter dan Van Horn, implementasi adalah tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu/pejabat atau kelompok pemerintah atau swasta yang diserahkan pada tercapainya tujuan yang telah digariskan dalam keputusan kebijakan.<sup>5</sup>

Menurut Mazmanian dan Sabatier ada tiga faktor yang mempengaruhi keberhasilan implementasi, yaitu: (1) karakteristik dari masalah, (2) karakteristik kebijakan, dan (3) karakteristik lingkungan<sup>6</sup>

### **2.2.2 Teori Perlindungan Konsumen**

Dalam undang-undang perlindungan konsumen (UUPK), pasal 1 dijelaskan bahwa:

---

<sup>5</sup>Sahya Anggara., *Kebijakan Publik*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2014), h. 232

<sup>6</sup>Sahya Anggara., *Kebijakan Publik*, h. 257

“Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”<sup>7</sup>

Pada dasarnya, baik hukum maupun hukum perlindungan konsumen membicarakan hal yang sama, yaitu kepentingan hukum konsumen. Bagaimana hak-hak konsumen itu diakui dan diatur di dalam hukum serta bagaimana ditegakkan di dalam praktik hidup bermasyarakat. Dengan demikian, hukum perlindungan konsumen atau hukum konsumen dapat diartikan sebagai keseluruhan peraturan hukum yang mengatur hak-hak dan kewajiban-kewajiban konsumen dan pelaku usaha yang timbul dalam usaha-usaha untuk memenuhi kebutuhannya.

Kata keseluruhan dimaksudkan untuk menggambarkan bahwa di dalamnya termasuk seluruh pembedaan hukum menurut jenisnya. Jadi, termasuk di dalamnya, baik hukum perdata, pidana, administrasi negara, maupun hukum internasional. Sedangkan cakupannya adalah hak dan kewajiban serta cara-cara pemenuhannya dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya, yaitu bagi konsumen mulai dari usaha untuk mendapat kebutuhannya dari pelaku usaha, meliputi informasi, memilih harga sampai pada akibat-akibat yang timbul karena penggunaan kebutuhan itu, misalnya untuk mendapatkan penggantian kerugian. Sedangkan bagi produsen meliputi kewajiban yang berkaitan dengan produksi, penyimpanan, peredaran dan perdagangan produk, serta akibat dari pemakaian produk itu. Dengan demikian, jika perlindungan konsumen diartikan sebagai segala upaya yang menjamin adanya kepastian pemenuhan hak-hak konsumen sebagai wujud perlindungan kepada konsumen, maka hukum perlindungan konsumen tiada lain adalah hukum yang

---

<sup>7</sup>Republik Indonesia, UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Bab I Ketentuan Umum, pasal 1

mengatur upaya-upaya untuk menjamin terwujudnya perlindungan hukum terhadap kepentingan konsumen.

Konsumen mendapat perhatian yang cukup besar dalam ajaran Islam, baik dalam Al-Qur'an maupun Hadist. Bisnis yang adil dan jujur menurut Al-Qur'an adalah bisnis yang tidak menzalimi dan tidak pula dizalimi. Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Baqarah : 279

فَإِنْ لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ۗ وَإِنْ تُبْتِغُوا فَلَئِمَّ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ  
وَلَا تُظْلَمُونَ ﴿٢٧٩﴾

Terjemahannya:

Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), Maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), Maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak Menganiaya dan tidak (pula) dianiaya.<sup>8</sup>

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

Prinsip bisnis yang diajarkan oleh Rasulullah SAW mengandung nilai-nilai perlindungan terhadap hak-hak konsumen, sekalipun pada saat itu belum mengenal

<sup>8</sup>Departemen agama, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. (Bandung: CV. Penerbit Diponegoro, 2014), h. 47

terminologi konsumen.<sup>9</sup> Selain itu, dalam hal keselamatan dan keamanan konsumen Islam menganjurkan untuk selalu berdo'a ketika akan menggunakan barang dan/jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha. Termasuk ketika akan menaiki kendaraan yang disiapkan oleh jasa angkutan, agar selamat sampai tujuan. Adapun do'a naik kendaraan darat adalah sebagai berikut:

سُبْحَانَ الَّذِي سَخَّرَ لَنَا هَذَا وَمَا كُنَّا لَهُ مُقْرِنِينَ وَإِنَّا إِلَى رَبِّنَا لَمُنْقَلِبُونَ

Artinya:

*“Maha Suci Tuhan yang menundukkan kendaraan ini bagi kami, sedangkan kami sebelumnya tidak mampu menguasainya. Dan sesungguhnya kami akan kembali kepada Tuhan kami”<sup>10</sup>*

#### 2.2.2.1 Dasar Hukum Perlindungan Konsumen

Dasar hukum perlindungan konsumen adalah UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dapat disingkat dengan UUPK, diundangkan pada tanggal 20 April 1999 dan dinyatakan baru berlaku efektif mulai tanggal 20 April 2000, yaitu satu tahun setelah diundangkan. UUPK ini memuat aturan-aturan hukum tentang perlindungan kepada konsumen yang berupa payung bagi perundang-undangan lainnya yang menyangkut konsumen, sekaligus mengintegrasikan perundang-undangan itu sehingga memperkuat penegakan hukum di bidang perlindungan konsumen.

#### 2.2.2.2 Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

##### a. Asas perlindungan konsumen

<sup>9</sup>Nurhalis., *“Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999”*, (Jurnal IUS, Vol III, 9, Desember 2015), h. 526-527

<sup>10</sup>Said Bin Ali Al-Qathani, Hishnul Muslim Min Adzkari Kitabi Wa Sunnati, terjemahan. Mahrus Ali: *Kumpulan Doa dalam Al-Qur'an & hadist* (Maktab Dakwah dan Bimbingan Jaliyat Rabwah, 2007), h. 122

Pasal 2 UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, menyatakan ada lima asas perlindungan konsumen, yaitu:

1) Asas manfaat

Maksud asas ini adalah untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.

2) Asas keadilan

Asas keadilan dimaksudkan agar keadilan bagi seluruh rakyat bisa diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.

3) Asas keseimbangan

Asas ini dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti material maupun spiritual.

4) Asas keamanan dan keselamatan konsumen

Asas ini dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang/jasa yang dikonsumsi atau digunakan.

5) Asas kepastian hukum

Asas ini dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

b. Tujuan perlindungan konsumen

Pasal 3 UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, menyatakan tujuan dari perlindungan konsumen, adalah sebagai berikut:

- 1) Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.
- 2) Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari ekses negatif pemakaian barang dan/atau jasa.
- 3) Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.
- 4) Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.
- 5) Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha.
- 6) Meningkatkan kualitas barang/jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

#### 2.2.2.3 Hak-hak konsumen

Hak-hak konsumen diatur dalam UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan konsumen yaitu pada pasal 4, sebagai berikut:<sup>11</sup>

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.

---

<sup>11</sup>Republik Indonesia, UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, BAB III Hak dan Kewajiban, pasal 4

Hak atas, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan mengandung pengertian bahwa konsumen berhak mendapatkan produk yang nyaman, aman dan yang memberi keselamatan. Oleh karena itu, konsumen harus dilindungi dari segala bahaya yang mengancam kesehatan, jiwa, dan harta bendanya karena memakai atau mengonsumsi produk. Dengan demikian, maka setiap produk baik dari segi komposisi bahannya, dari segi desain dan konstruksi maupun dari segi kualitasnya harus diarahkan untuk mempertinggi rasa kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Oleh Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo dinyatakan bahwa hak atas keamanan dan keselamatan dimaksudkan pula untuk menjamin keamanan dan keselamatan konsumen dalam penggunaan barang atau jasa yang diperolehnya, sehingga konsumen dapat terhindar dari kerugian (fisik maupun psikis) apabila mengonsumsi suatu produk.

Untuk itu maka tidak dikehendaki adanya produk yang dapat mencelakakan dan mencederai konsumen. Oleh karena itu, pelaku usaha wajib mencantumkan label produknya sehingga konsumen dapat mengetahui adanya unsur-unsur yang dapat membahayakan keamanan dan keselamatannya. Terkait dengan hal di atas, maka Sudaryatmo mengatakan bahwa dasar pemikiran perlunya hak atas keamanan, kenyamanan, dan keselamatan terhadap konsumen karena barang dan/jasa harus diproduksi sedemikian rupa, sehingga kalau digunakan dalam kondisi normal atau kondisi yang dapat diduga tidak menimbulkan kerugian kesehatan dan keamanan pada konsumen. Untuk itu, instrumen yang dapat dipakai untuk melindungi konsumen dari ancaman gangguan kesehatan dan keamanan adalah manajemen risiko

preferentif. Antara lain dalam bentuk adanya sistem yang memungkinkan informasi tentang bahaya penggunaan suatu produk.

Dalam kondisi demikian, maka terdapat dua bentuk peran penting dari pemerintah dalam melindungi konsumen terhadap kesehatan dan keamanan yaitu: *pertama* ; control pra pasar yaitu dilakukan sebelum suatu produk mencapai pasar. Caranya ialah (1) melalui instrument perjanjian. Bahwa suatu produk, baru boleh diedarkan kalau sudah lulus uji oleh laboratorium pemerintah, ssebagai contoh obat-obatan dan pestisida, (2) melalui pendaftaran pendahuluan (*pre-registration*) biasanya hal ini diberlakukann melalui pembentukan-pembentukan standar-standar teknis yang disusun oleh lembaga standarisasi nasional, contoh produk permainan anak-anak. Produk ini sangat berpeluang menciptakan kecelakaan. Karena itu, mainan anak-anak hanya boleh dipasarkan kalau memenuhi standar teknis. *Kedua*; control pasca pasar yaitu berhubungan dengan produk yang sudah beredar di pasar dan tidak aman. Sehingga dibutuhkan tindakan *recall* atau penarikan produk tersebut dari pasar.

2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.

Hak untuk memilih dimaksudkan untuk memberikan kebebasan kepada konsumen untuk memilih produk-produk tertentu sessuai dengan kebutuhannya, tanpa ada tekanan dari pihak luar. Berdasarkan hak untuk memilih ini, konsumen berhak memutuskan untuk membeli atau tidak terhadap suatu produk, demikian pula keputusan untuk kualitas maupun kuantitas jenis produk yang dipilihnya.

Hak memilih yang dimiliki oleh konsumen hanya ada bila ada alternatif pilihan dari jenis produk tertentu, karena jika suatu produk dikuasai secara monopoli oleh

produsen atau dengan kata lain tidak ada pilihan lain, maka dengan sendirinya hak untuk memilih tidak akan berfungsi.

Berdasarkan hal tersebut, maka ketentuan yang dapat membantu penegakan hak tersebut dapat dilihat dalam UU No 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, baik dalam pasal 19 maupun pasal 25 ayat ((1). Sesuai dengan pasal 19 undang-undang tersebut menentukan bahwa: Pelaku usaha dilarang melakukan satu atau beberapa kegiatan, baik sendiri maupun bersama pelaku usaha lain yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan tidak sehat berupa:

- a. Menolak dan atau menghalangi pelaku usaha tertentu untuk melakukan kegiatan usaha yang sama pada pasar yang bersangkutan, atau
- b. Menghalangi konsumen atau pelanggan pelaku usaha pesaingnya untuk tidak melakukan hubungan usaha dengan pelaku usaha pesaingnya itu, atau
- c. Membatasi peredaran dan atau penjualan barang dan atau jasa pada pasar yang bersangkutan, atau
- d. Melakukan praktek diskriminasi terhadap pelaku usaha tertentu.

Begitu pula pada pasal 25 ayat (1) Undang-Undang No. 5 tahun 1999 menentukan bahwa: Pelaku usaha dilarang menggunakan posisi dominan baik secara langsung maupun tidak langsung untuk:

- a. Menetapkan syarat-syarat perdagangan dengan tujuan untuk mencegah dan atau menghalangi konsumen memperoleh barang dan/atau jasa yang bersaing, baik dari segi harga maupun kualitas, atau
- b. Membatasi pasar dan perkembangan teknologi, atau

- c. Menghambat pelaku usaha lain yang berpotensi menjadi pesaing untuk memasuki pasar bersangkutan.
3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa

Hak atas informasi ini sangat penting, karena tidak memadainya informasi yang disampaikan kepada konsumen ini dapat juga merupakan salah satu bentuk cacat produk, yaitu dikenal dengan cacat instruksi atau cacat karena informasi yang tidak memadai. Hak atas informasi yang jelas dan benar dimaksudkan agar konsumen dapat memperoleh gambaran yang benar tentang suatu produk, karena dengan informasi tersebut, konsumen dapat memilih produk yang diinginkan/sesuai dengan kebutuhannya serta terhindar dari kerugian akibat kesalahan dalam penggunaan produk.

Adapun informasi yang merupakan hak konsumen tersebut diantaranya adalah mengenai manfaat kegunaan produk; efek samping atas penggunaan produk; tanggal kadaluwarsa, serta identitas produsen dari produk tersebut. Informasi tersebut dapat disampaikan baik secara lisan, maupun secara tertulis, baik yang dilakukan dengan mencantumkan pada label yang melekat pada kemasan produk, maupun melalui iklan-iklan yang disampaikan oleh produsen, baik melalui media cetak maupun media elektronik.

4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/jasa yang digunakan.

Hak untuk didengar ini dimaksudkan agar konsumen tidak dirugikan lebih lanjut, atau untuk menghindarkan konsumen dari kerugian. Hak ini dapat berupa pertanyaan tentang berbagai hal yang berkaitan dengan produk-produk tertentu apabila informasi yang diperoleh tentang produk tersebut kurang memadai, ataukah berupa pengaduan atas adanya kerugian yang telah dialami akibat penggunaan suatu produk, atau yang berupa pernyataan/pendapat suatu kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan kepentingan konsumen. Hal ini dapat disampaikan baik secara perorangan maupun secara kolektif, baik yang disampaikan secara langsung maupun diwakili oleh suatu lembaga tertentu.

5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa konsumen secara patut.

Hal ini tentu saja dimaksudkan untuk memulihkan keadaan konsumen yang telah dirugikan akibat penggunaan produk, dengan melalui jalur hukum. Melalui hak ini pula memungkinkan konsumen memperoleh keadilan. Sebab dengan adanya hak ini, konsumen akan mendapatkan perlindungan hukum yang efektif dalam rangka mengamankan implementasi ketentuan perlindungan konsumen dan menjamin keadilan sosial.

Sarana atau cara mencapai hal itu, bisa ditempuh dengan dua cara, *pertama*, konsultasi hukum. Bentuk kegiatan ini dapat dilakukan oleh organisasi konsumen dan atau institusi pemerintah yang mengurus perlindungan konsumen. Ketersediaan tempat untuk berkonsultasi ini sangat penting, khususnya bagi konsumen kelas menengah ke bawah yang umumnya tidak mampu menggunakan jasa pengacara yang memberikan konsultasi hukum kepada konsumen yang tidak mampu, dapat meminta

ganti ongkos konsultasi kepada pelaku usaha. *Kedua*, menggunakan mekanisme tuntutan hukum secara kolektif (*Class Actions*). Dalam UUPK hal ini diatur pada pasal 46 ayat (1) huruf b bahwa gugatan atas pelanggaran pelaku usaha dapat dilakukan oleh sekelompok konsumen yang mempunyai kepentingan yang sama.

6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.

Definisi dasar hak ini adalah konsumen harus berpendidikan secukupnya. Hal ini dimaksudkan agar konsumen dapat memenuhi perannya sebagai pelaku pasar yang bertanggungjawab. Hal tersebut dapat dilakukan baik melalui kurikulum dalam pendidikan formal maupun melalui pendidikan informal.

Pentingnya pembinaan dan pendidikan bagi konsumen, oleh karena kondisi yang dihadapi saat ini atau umumnya di negara-negara berkembang terutama di Indonesia, masih sangat jauh dari kesejajaran posisi antara pelaku usaha dan konsumen. Pelaku usaha masih sangat dominan di dalam menentukan harga atau kualitas produknya. Sementara, konsumen yang belum sepenuhnya menyadari hak-haknya akan mudah terjebak.

Oleh karena itu diperlukan pendidikan bagi konsumen guna memberitahukan, meningkatkan pengetahuan tentang hak-hak dan bagaimana mempertahankannya. Dengan demikian, maka lambat laun akan tercipta kesejajaran posisi antara pelaku usaha dengan konsumen.

7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.

Dalam penjelasan pasal 4 huruf g undang-undang perlindungan konsumen disebutkan bahwa hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta

tidak diskriminatif berdasarkan suku, agama, budaya, daerah, pendidikan, kaya, miskin, dan atau status sosial lainnya. Berkaitan dengan hal tersebut di atas, maka pasal 27 Undang-Undang Dasar 1945 menyatakan bahwa: (1) setiap warga Negara bersamaan kedudukan di dalam hukum dan pemerintahan dan wajib menjunjung hukum dan pemerintahan itu tanpa terkecuali, (2) setiap warga Negara berhak atas pekerjaan dan penghidupan yang layak bagi kemanusiaan. Ketentuan tersebut, walaupun tidak secara tegas menyebutkan kata-kata konsumen, akan tetapi dapat disimpulkan termuat dalam ayat (2). Artinya bahwa jauh sebelum UUPK dibuat, konsumen Indonesia telah dijamin hak-haknya oleh konstitusi.

8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Mengenai hal ini, pasal 19 ayat (1) UUPK secara tegas memberikan jaminan bahwa pelaku usaha memberikan ganti rugi atau kerusakan, pencemaran dan/atau kerugian konsumen akibat mengonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan. Adapun bentuk ganti rugi yang dimaksud dapat berupa: (1) penggantian uang, (2) penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, (3) perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan sebagaimana pasal 19 ayat (2).

9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan perundang-undangan lainnya.

Dicantumkannya hak ini semakin mempertegas, bahwa undang-undang perlindungan konsumen adalah undang-undang payung, begitu pula hak-hak yang

terdapat dalam UUPK tidaklah statis, tetapi dinamis. Artinya, dimungkinkan akan adanya hak-hak konsumen tambahan sesuai dengan tipikal sektor masing-masing.

Selain hak-hak yang telah disebutkan di atas, terdapat pula hak untuk dilindungi dari akibat negatif persaingan curang. Hal ini berangkat dari pertimbangan bahwa kegiatan bisnis yang dilakukan pengusaha sering dilakukan secara tidak jujur, yang dalam terminologi hukum disebut persaingan curang (*unfair competition*), sebagaimana diatur dalam Undang-Undang No 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan persaingan Tidak Sehat. Pada dasarnya bila dilihat secara seksama, maka ketentuan ini hanya diperuntukkan bagi sesama pelaku usaha dan tidak bagi konsumen secara langsung. Akan tetapi perlu diketahui bahwa kompetisi tidak sehat diantara pelaku usaha dapat saja berdampak negatif bagi konsumen karena pihak yang dijadikan sasaran rebutan adalah konsumen itu sendiri.

#### 2.2.2.4 Pemenuhan hak-hak konsumen

Adapun faktor yang berkaitan dengan pemenuhan hak konsumen yaitu:

- a. Faktor kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Sesuai pasal 4 huruf a konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/jasa. Maksudnya konsumen berhak untuk mendapatkan jaminan dalam mengkonsumsi produk atau jasa secara aman, nyaman, dan bebas dari ancaman segala aspek bahaya baik dilihat dari ketika melakukan transaksi maupun disaat mengonsumsi barang dan/jasa yang dimaksud. Semakin baik kenyamanan, keamanan, dan keselamatan yang diberikan oleh suatu usaha maka semakin baik pula tingkat loyalitas yang diberikan konsumen.

b. Faktor perlakuan adil

Prinsip ini menekankan pelaku usaha berlaku adil kepada konsumen dengan tidak memberikan perlakuan yang berbeda antara konsumen yang satu dengan yang lainnya, terutama berdasarkan pada suku, agama, dan ras.

Keadilan dalam konsep pemenuhan hak konsumen berkaitan dengan transaksi antara pelaku usaha dengan konsumen harus menerapkan berbagai norma moral dan etika yang berlaku di lingkungan masyarakat, yang meliputi kebenaran, kejujuran, dan keadilan, sehingga kalau terjadi ketidakadilan kepada konsumen, pelaku usaha harus bertanggungjawab.<sup>12</sup>

c. Faktor sikap jujur dan terbuka

Faktor ini penting bagi konsumen dikarenakan konsumen dapat mengetahui segala informasi yang berkaitan dengan produk barang dan/atau jasa yang akan dibelinya. Pelaku usaha selayaknya memberikan informasi yang jujur dan terbuka kepada konsumennya. Selain itu, sikap ini juga akan menumbuhkan kepercayaan konsumen sehingga nantinya konsumen akan semakin loyal menggunakan barang dan/atau jasa yang ditawarkan.

### 2.2.3 Pelaku Usaha

#### 2.2.3.1 Pengertian pelaku usaha

Pelaku Usaha dalam Pasal 1 angka (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, mendefinisikan bahwa pelaku usaha adalah setiap

---

<sup>12</sup> Penulis Rodhiyah, Etika bisnis dan keadilan konsumen, [https://www.academia.edu/10046514/TOPIK\\_UTAMA\\_ETIKA\\_BISNIS\\_DAN\\_Keadilan\\_Konsumen](https://www.academia.edu/10046514/TOPIK_UTAMA_ETIKA_BISNIS_DAN_Keadilan_Konsumen) (diakses tgl 4 November 2020)

orang atau 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.<sup>13</sup>

#### 2.2.3.2 Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha.

Hak Pelaku Usaha Pasal 6 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, telah mengatur mengenai hak-hak bagi pelaku usaha, yaitu: 1) Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan; 2) Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik; 3) Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen; 4) Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan; 5) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.<sup>14</sup>

Hak pelaku usaha untuk menerima pembayaran sesuai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan, menunjukkan bahwa pelaku usaha tidak dapat menuntut lebih banyak kondisi barang dan/atau jasa yang diberikannya kepada

---

<sup>13</sup>Republik Indonesia, UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Bab I Ketentuan Umum, pasal 1

<sup>14</sup>Republik Indonesia, UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Bab III Hak dan Kewajiban, pasal 6

konsumen tidak atau kurang memadai menurut harga yang berlaku pada umumnya atas barang dan/atau jasa yang sama.

Dalam praktek yang biasa terjadi, suatu barang dan/atau jasa yang kualitasnya lebih rendah dari pada barang yang serupa, maka para pihak menyepakati harga yang lebih murah. Dengan demikian yang dipentingkan dalam hal ini adalah harga yang wajar.

Kewajiban Pelaku Usaha Pasal 7 UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, telah mengatur mengenai kewajiban bagi pelaku usaha, yaitu: 1) Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya; 2) Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan; 3) Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif; 4) Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku; 5) Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau diperdagangkan; 6) Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan konsumen tidak sesuai dengan perjanjian.<sup>15</sup>

Kewajiban pelaku usaha beritikad baik dalam melakukan kegiatan usaha merupakan salah satu asas yang dikenal dalam hukum perjanjian. Ketentuan itikad baik ini diatur dalam Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdata, bahwa perjanjian harus

---

<sup>15</sup>Republik Indonesia, UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Bab III Hak dan Kewajiban, pasal 7

dilaksanakan dengan itikad baik.<sup>16</sup> Begitu pentingnya itikad baik tersebut, sehingga dalam perundang-undangan atau perjanjian antara para pihak, kedua belah pihak akan berhadapan dalam suatu hubungan hukum khusus yang dikuasai oleh itikad baik dan hubungan khusus ini membawa akibat lebih lanjut bahwa kedua belah pihak itu harus bertindak dengan mengingat kepentingan-kepentingan yang wajar dari pihak lain.

Bagi masing-masing pihak dalam perjanjian terdapat suatu kewajiban untuk mengadakan penyelidikan dalam batas-batas yang wajar terhadap pihak lawan sebelum menandatangani kontrak, atau masing-masing pihak harus menaruh perhatian yang cukup dalam menutup kontrak yang berkaitan dengan itikad baik.

Dalam undang-undang perlindungan konsumen tampak bahwa itikad baik lebih ditekankan pada pelaku usaha, karena meliputi semua tahapan dalam melakukan kegiatan usahanya, sehingga dapat diartikan bahwa kewajiban pelaku usaha untuk beritikad baik dimulai sejak barang dirancang/ diproduksi sampai pada tahap purna penjualan, sebaliknya konsumen hanya diwajibkan beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa. Hal ini tentu saja disebabkan karena kemungkinan terjadinya kerugian bagi konsumen dimulai sejak barang dirancang/ diproduksi oleh produsen (pelaku usaha), sedangkan bagi konsumen, kemungkinan untuk dapat merugikan produsen mulai pada saat melakukan transaksi dengan produsen.

#### **2.2.4 Masalah**

Secara etimologis, kata "المصلحة", jamaknya "المصلح" berarti sesuatu yang baik, yang bermanfaat dan ia merupakan lawan dari keburukan atau kerusakan.

---

<sup>16</sup>Lihat *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Burgerlijk wetboek Voor Indonesie), Buku Pertama*, <https://sendokgula.files.wordpress.com/2011/08/kuhperdata.pdf> (diakses tanggal 10 Mei 2020)

Jalaluddin Abdurrahman secara tegas menyebutkan bahwa maslahat dengan pengertian yang lebih umum dan yang dibutuhkan itu ialah semua apa yang bermanfaat bagi manusia baik yang bermanfaat untuk meraih kebaikan dan kesenangan maupun yang bersifat untuk menghilangkan kesulitan dan kesusahan.<sup>17</sup>

Menurut Romli SA, maslahat yang dimaksudkan adalah kemaslahatan yang menjadi tujuan syara' bukan kemaslahatan yang berdasarkan keinginan dan hawa nafsu manusia saja. Sebab, disadari sepenuhnya bahwa tujuan pensyariaan hukum tidak lain adalah untuk merealisasikan kemaslahatan bagi manusia dalam segala segi dan aspek kehidupan mereka di dunia terhindar dari bentuk yang bisa membawa kepada kerusakan. Dengan kata lain, setiap ketentuan hukum yang digariskan oleh syari' adalah bertujuan untuk menciptakan kemaslahatan bagi manusia.<sup>18</sup>

Dalam *Kamus Ilmiah Populer* disebutkan bahwa maslahat artinya mendatangkan faedah; yang mendatangkan manfaat: berfaedah; bermanfaat.<sup>19</sup> Sedangkan kata "kemaslahatan" berarti kegunaan, kebaikan, manfaat, kepentingan. Sementara kata "manfaat", dalam kamus tersebut diartikan dengan: guna, faedah. Kata "manfaat" juga diartikan sebagai kebalikan/lawan kata "mudarat" yang berarti rugi atau buruk.

Menurut Al-Gazali maslahat ialah menjaga tujuan syara', tujuan syara' terhadap manusia meliputi lima perlindungan, yaitu memelihara dan melindungi keperluan manusia di bidang agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Semua hal yang

---

<sup>17</sup>Romli SA., *Studi Perbandingan Ushul Fiqh*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014), h. 218

<sup>18</sup>Romli SA., *Studi Perbandingan Ushul Fiqh*, h. 219-220

<sup>19</sup>Pius A Partanto dan M Dahlan Al Barry., *Kamus Ilmiah Populer*, (Surabaya: Arkola, 1994), h. 443

dapat melindungi lima hal utama ini disebut maslahat dan semua yang dapat merusak lima hal ini dianggap sebagai mudharat.<sup>20</sup>

Secara terminologis, al-Maslahah adalah kemanfaatan yang dikehendaki oleh Allah SWT untuk hamba-hambanya, baik berupa pemeliharaan agama mereka, pemeliharaan jiwa/diri mereka, pemeliharaan kehormatan diri serta keturunan mereka, pemeliharaan akal budi mereka, maupun berupa pemeliharaan harta kekayaan mereka.

Jika maslahat dilihat dari eksistensi atau wujudnya sebagaimana yang dipaparkan oleh Romli SA yakni terbagi menjadi tiga macam.

#### 2.2.4.1 Maslahah Mu'tabarah

Yang dimaksud dengan maslahat jenis ini adalah kemaslahatan yang terdapat secara tegas menjelaskan dan mengakui keberadaannya, dengan kata lain kemaslahatan yang diakui oleh Syar'i dan terdapat dalil yang jelas untuk memelihara dan melindunginya. Yang termasuk ke dalam maslahah ini ialah ini ialah semua kemaslahatan yang dijelaskan dan disebutkan oleh nash, seperti memelihara agama, jiwa, keturunan, akal, dan harta benda.

#### 2.2.4.2 Maslahah mulgah

Yang dimaksud dengan maslahat jenis ini adalah maslahat yang berlawanan dengan ketentuan nash. Dengan kata lain, maslahat yang tertolak karena ada dalil yang menunjukkan bahwa ia bertentangan dengan ketentuan dalil yang jelas.<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup>Nadia farikhati., "Analisis Maslahah Mursalah terhadap Perlindungan Konsumen Deposito menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 1/POJK.07/2013 Tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan" "Sripsi Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Surakarta", h. 22-23

<sup>21</sup>Romli SA., *Studi Perbandingan Ushul Fiqh*, h. 224-225

#### 2.2.4.3 Maslahah mursalah,

Yang dimaksud dengan maslahat jenis ini adalah maslahah yang tidak diakui secara eksplisit oleh syara' dan tidak pula ditolak dan dianggap batil oleh syara', tetapi masih sejalan secara substantif dengan kaidah-kaidah hukum yang universal. Sebagai contoh kebijakan hukum perpajakan yang ditetapkan oleh pemerintah.<sup>22</sup> Dengan demikian maslahat ini merupakan maslahat yang sejalan dengan tujuan Syara' yang dapat dijadikan dasar pijakan dalam mewujudkan kebaikan yang dikehendaki manusia serta terhindar dari kemudharatan. Diakui bahwa dalam kenyataannya jenis maslahat ini terus berkembang seiring dengan perkembangan masyarakat Islam yang dipengaruhi oleh perbedaan kondisi dan tempat.<sup>23</sup>

Secara mutlak, maslahah mursalah diartikan oleh ahli ushul fiqh sebagai suatu kemaslahatan yang secara hukum tidak disyariatkan oleh syara', serta tidak ada dalil syara' yang menerangkan atau membatalkannya.<sup>24</sup>

Menurut Al-Ghazâli, *al Maslahah al Mursalah* dapat dijadikan hujjah dengan syarat: (1) *Maslahah* itu sejalan dengan jenis tindakan-tindakan syara'/ penetapan hukum Islam. (2) *Maslahah* itu harus berupa maslahat daruriyah atau hajiyyah yang menempati kedudukan daruriyah.

Al-Syatibi hanya membuat dua kriteria agar maslahat dapat diterima sebagai dasar pembentukan hukum Islam. (1) maslahat tersebut harus sejalan dengan jenis tindakan *syara'*, karena itu maslahah yang tidak sejalan dengan jenis tindakan *syara'*,

---

<sup>22</sup>Asnawi., *Perbandingan Ushul Fiqh*, (Jakarta: Amzah, 2011), h. 127-130

<sup>23</sup>Romli SA., *Studi Perbandingan Ushul Fiqh*, h. 227-228

<sup>24</sup>Abdul Wahab Kallaf., *Ilmu Ushul Fiqh*, (Semarang: PT. Toha Putra Grup, 2014), h. 139

atau yang berlawanan dengan dalil *syara'* (Al-qur'an, sunnah dan ijma') tidak dapat diterima sebagai dasar dalam menetapkan hukum Islam. (2) masalah seperti kriteria nomor satu di atas tidak ditunjukkan oleh dalil khusus. Jika ada dalil khusus yang ditunjukkannya maka itu menurut Al-Syatibi termasuk dalam kajian *qiyas*.<sup>25</sup>

Masalah-masalah baru yang belum ada konfirmasinya, baik dibenarkan maupun ditolak, dan mengandung kemaslahatan diputuskan dengan *masalah mursalah* berkaitan dengan masalah-masalah muamalat, bukan berkaitan dengan ibadah. Alasan yang dikemukakan al-Syatibi tentang penggunaan *masalah mursalah* sebagai dalil penetapan hukum untuk masalah muamalat adalah karena masalah-masalah muamalat dapat dilacak rasionalitasnya sedangkan masalah *ubudiyah* atau ibadah tidak dapat dilacak rasionalitasnya.

Penggunaan *masalah mursalah* sebagai dalil penetapan hukum hanya untuk kebutuhan yang sifatnya *dharuri* dan *haji*. Sifat *dharuri* di sini maksudnya sebagaimana kaidah: مَا لَا يَتِمُّ الْوَأَجِبُ إِلَّا بِهِ فَهُوَ وَاجِبٌ (perkara yang menjadi penyempurna dari yang wajib hukumnya juga wajib) Sementara itu, sifat kebutuhan *haji'* maksudnya adalah untuk menghilangkan kesulitan sehingga dengan penggunaan *masalah mursalah* kehidupan seseorang menjadi lebih ringan. Menentukan kemaslahatan dari suatu tindakan yang nantinya akan dijadikan dasar pertimbangan dalam dalil *masalah mursalah*.<sup>26</sup>

---

<sup>25</sup>M. Sidiq Purnomo., "Reformulasi Masalah al-Mursalah al-Syatibi dalam Upaya Ijtihad Kontemporer", (Jurnal al-'Adalah Vol. 10, 2, juli 2011), h. 207

<sup>26</sup>Imron Rosyadi., "Pemikiran al-Syatibi tentang Masalah Mursalah", (Jurnal Studi Islam, Vol. 14, 1, juni 2014), h. 88

Menurut Izzu al-Din bin Abd Salam, untuk mengukur kebenaran masalah dan mafsadah duniawi ini dapat diketahui oleh akal (*ra'yu*) dengan melihat tujuan akhir dari akibat yang akan ditimbulkannya. Ini penting diketahui, sebab terkadang orang sering keliru dalam menilainya, terkadang apa yang dianggapnya sebuah masalah justru itu adalah mafsadah. Oleh karena itu yang menjadi tolak ukur untuk membedakan keduanya, dilihat dari akibat akhir yang akan ditimbulkannya. Jika suatu perbuatan menghasilkan akibat positif berarti itu adalah masalah, sebaliknya jika yang dihasilkan oleh suatu perbuatan tersebut adalah negatif berarti itu mafsadah. Akan tetapi perlu ditekankan, yang dimaksud dengan efek perbuatan disini adalah tujuan akhir dari perbuatan tersebut, bukan efek sementara yang ditimbulkan. Oleh karena itu, walaupun terkadang suatu masalah terlihat seperti mafsadah, namun karena tujuan akhirnya untuk kebaikan maka hal demikian juga disebut masalah.<sup>27</sup>

### **2.3 Tinjauan Konseptual**

Tinjauan konseptual diperlukan sebagai wadah untuk menjelaskan sub judul agar tidak terjadi kesalahan intepretasi dalam pembahasan skripsi ini.

#### **2.3.1 Masalah**

Masalah ialah semua yang bermanfaat bagi manusia baik yang bermanfaat untuk meraih kebaikan maupun yang bersifat untuk menghilangkan kesulitan. Merujuk pada jenis masalah berdasarkan eksistensi atau wujudnya maka pada pembahasan selanjutnya masalah yang dimaksud adalah masalah mursalah. Masalah mursalah yakni masalah yang tidak diakui secara eksplisit oleh syara' dan

---

<sup>27</sup>Enden Haetami., "Perkembangan Teori Masalah 'Izzu al-Din bin Abd Salam Dalam Sejarah Pemikiran Hukum Islam", (Asy-Syariah, Vol. 17, 1, April 2015), h. 42

tidak pula ditolak dan dianggap batal oleh syara', tetapi masih sejalan secara substantif dengan kaidah-kaidah hukum yang universal.

### **2.3.2 Implementasi**

Implementasi merupakan suatu kegiatan atau usaha yang dilakukan oleh para pelaksana kebijakan dengan harapan akan memperoleh suatu hasil yang sesuai dengan tujuan dan sasaran dari suatu kebijakan.<sup>28</sup>

### **2.3.3 UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen**

Secara spesifik penelitian ini akan menguraikan mengenai sejauh mana implementasi dari pasal dua dan empat dalam UU No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen di Simboro Kabupaten Mamuju.

### **2.3.4 Perlindungan Konsumen**

Perlindungan konsumen adalah perangkat hukum yang diciptakan untuk melindungi dan terpenuhinya hak konsumen. Perlindungan konsumen yang dimaksud disini ialah perlindungan terhadap konsumen dari jasa angkutan. Lebih tepatnya pedagang yang hendak ke pasar dan menggunakan angkutan khusus yaitu mobil pick up.

### **2.3.5 Pelaku usaha**

Pelaku usaha dapat diartikan sebagai setiap orang atau badan usaha yang mendirikan atau menjalankan usaha atau kegiatan di suatu daerah. Sehubungan dengan pelayanan jasa angkutan, pelaku usaha yang dimaksud di sini adalah orang yang menjadi pemilik jasa angkutan sekaligus sebagai pengemudi yang mengoperasikan mobil tersebut.

---

<sup>28</sup> Sahya Anggara., *Kebijakan Publik*, h. 232

### **2.3.6 Usaha jasa angkutan**

Usaha jasa angkutan yang akan dibahas pada penelitian ini yakni jasa angkutan yang beroperasi di Kec. Simboro untuk membawa penumpang beserta dagangannya ke pasar dan tidak efektif jika menggunakan kendaraan roda dua.

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa definisi operasionalnya adalah pengimplementasian UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen oleh pelaku usaha jasa angkutan yang dianalisis dari aspek masalah.

## **2.4 Kerangka Pikir**

Sesuai dengan judul yang telah dikemukakan sebelumnya sehingga calon peneliti membuat suatu skema atau bagan yang akan dijadikan sebagai kerangka pikir dari judul yang telah diajukan. Adapun penjelasan bagannya yaitu, untuk mengetahui sejauh mana implementasi UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen oleh pelaku usaha jasa angkutan yang nantinya akan dianalisis dari aspek masalah maka calon peneliti menggunakan teori implementasi dan teori masalah.

### **2.4.1 Implementasi**

Adapun faktor yang mempengaruhi keberhasilan implementasi menurut Mazmanian dan Sabatier yaitu:

#### **2.4.1.1 Karakteristik dari masalah**

- 1) Tingkat kesulitan teknis dari masalah yang bersangkutan. Di satu pihak ada beberapa masalah sosial yang secara teknis mudah dipecahkan, seperti kekurangan persediaan air minum bagi penduduk atau harga beras tiba-tiba naik. Di pihak lain terdapat masalah-masalah sosial yang sulit dipecahkan, seperti kemiskinan, pengangguran, korupsi, dan sebagainya. Oleh karena itu, sifat masalah akan mempengaruhi mudah-tidaknya suatu program diimplementasikan.

- 2) Tingkat kemajemukan kelompok sasaran. Hal ini berarti bahwa suatu program relatif mudah diimplementasikan apabila kelompok sasarannya homogen. Sebaliknya apabila kelompok sasarannya heterogen, implementasi program akan relatif lebih sulit karena tingkat pemahaman setiap anggota kelompok sasaran program berbeda.
- 3) Proporsi kelompok sasaran terhadap total populasi. Sebuah program akan relatif lebih sulit diimplementasikan apabila sasarannya mencakup semua populasi. Sebaliknya, sebuah program relatif mudah diimplementasikan apabila kelompok sasarannya tidak terlalu besar.
- 4) Cakupan perubahan perilaku yang diharapkan. Sebuah program yang bertujuan memberikan pengetahuan atau bersifat kognitif akan mudah diimplementasikan daripada program yang bertujuan mengubah sikap dan perilaku masyarakat. Sebagai contoh, implementasi UU No. 14 Tahun 1992 Tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan sulit diimplementasikan karena menyangkut perubahan perilaku masyarakat dalam berlalu lintas.

#### 2.4.1.2 Karakteristik kebijakan

- 1) kejelasan isi kebijakan. Hal ini berarti semakin jelas dan terperinci isi sebuah kebijakan, akan mudah diimplementasikan karena implementor mudah memahami dan menerjemahkan dalam tindakan nyata. Sebaliknya, ketidakjelasan isi kebijakan merupakan potensi lahirnya distorsi dalam implementasi kebijakan.
- 2) Seberapa besar adanya keterpautan dan dukungan antar institusi pelaksana. Kegagalan program sering disebabkan kurangnya koordinasi vertikal dan horizontal antar instansi yang terlibat dalam implementasi program.

- 3) Tingkat komitmen aparat terhadap tujuan kebijakan. Kasus korupsi yang terjadi di Negara-negara dunia ketiga, khususnya Indonesia salah satu sebabnya adalah rendahnya tingkat komitmen aparat untuk melaksanakan tugas dan pekerjaannya.
- 4) Seberapa luas akses kelompok-kelompok luar untuk berpartisipasi dalam implementasi kebijakan. Suatu program yang memberikan peluang luas bagi masyarakat untuk terlibat, relatif mendapat dukungan daripada program yang tidak melibatkan masyarakat. Masyarakat akan merasa terasing atau teralineaasi apabila hanya menjadi penonton terhadap program yang ada diwilayahnya.

#### 2.4.1.3 Lingkungan kebijakan

- 1) Kondisi sosial ekonomi masyarakat dan tingkat kemajuan teknologi. Masyarakat yang sudah terbuka dan terdidik lebih mudah menerima program pembaruan dibandingkan dengan masyarakat yang masih tertutup dan tradisional. Demikian pula, kemajuan teknologi akan membantu proses keberhasilan implementasi program karena program-program tersebut dapat diasosialisasikan dan diimplementasikan dengan bantuan teknologi modern.
- 2) Tingkat komitmen dan keterampilan dari aparat dan implementor. Pada akhirnya, komitmen aparat pelaksana untuk merealisasikan prioritas tujuan tersebut.

#### 2.4.2 Masalah

Sehubungan dengan teori masalah yang calon peneliti gunakan yaitu teori masalah mursalah yang dikemukakan oleh Al-Gazali, dimana menurutnya masalah mursalah yang dapat dijadikan hujjah dengan persyaratan sebagai berikut:

- 1) Masalah sejalan dengan jenis tindakan-tindakan syara'/penetapan hukum islam (yang dimaksudkan untuk memelihara agama, akal, jiwa, harta, dan

keturunan/kehormatan). Inilah persyaratan inti bagi diterimanya masalah mursalah.

- 2) Masalah itu harus berupa masalah daruriyah atau hajiyah yang menempati kedudukan daruriyah.<sup>29</sup>

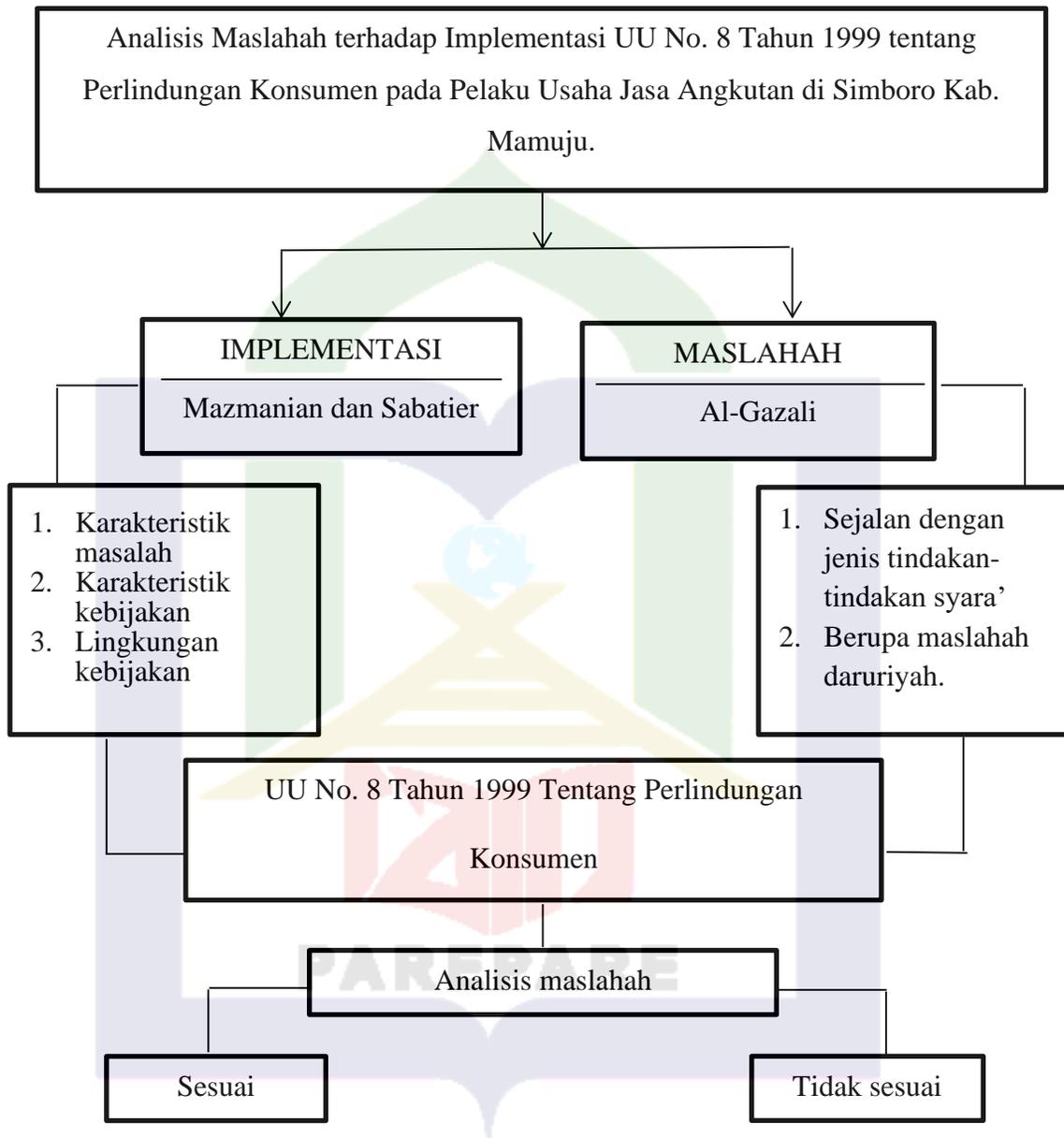


---

<sup>29</sup>Zainal azwar., “Pemikiran Ushul Fiqh Al-Gazali tentang Al-Maslahah Al-Mursalah (Studi Eksplorasi terhadap Kitab al-Mustashfa min ‘Ilmi al-Ushul Karya Al-Gazali)”, (Jurnal Fitrah, Vol. 1, 1, januari-juni 2015), h. 64

## 2.5 Bagan kerangka pikir

Adapun bagan kerangka pikir yaitu:



1. Tujuan keberadaannya
2. Alasan keberadaannya

Operasional dari usaha  
jasa angkutan