

**IMPLEMENTASI UU NO. 8 TAHUN 1999 TENTANG
PERLINDUNGAN KONSUMEN
(Relasi terhadap Pelaku Usaha Jual Beli Motor Bekas di Parepare)**



Oleh

MUSNIYARDA M

NIM : 14.2200.200

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2018

**IMPLEMENTASI UU NO. 8 TAHUN 1999 TENTANG
PERLINDUNGAN KONSUMEN
(Relasi terhadap Pelaku Usaha Jual Beli Motor Bekas di Parepare)**



Oleh

MUSNIYARDA M

NIM : 14.2200.200

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Syariah (S.H) Pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas
Syariah Dan Ilmu Hukum Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2018

**IMPLEMENTASI UU NO. 8 TAHUN 1999 TENTANG
PERLINDUNGAN KONSUMEN
(Relasi terhadap Pelaku Usaha Jual Beli Motor Bekas di Parepare)**

Skripsi

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai
Gelar Sarjana Hukum

Program Studi
Hukum Ekonomi Syariah (HES)

Disusun dan diajukan oleh

Musniyarda M
NIM 14.2200.200

Kepada

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2018

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Musniyarda M
Judul Skripsi : Implementasi UU No. 8 Tahun 1999 tentang
Perlindungan Konsumen (Relasi terhadap Pelaku
Usaha Jual Beli Motor Bekas di Parepare)
NIM : 14.2200.200
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)
Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Ketua STAIN Parepare
B.2875/Sti. 08/PP.00.01/10/2017

Disetujui Oleh

Pembimbing Utama : Dr. Zainal Said, M.H.
NIP : 197611182005011002
Pembimbing Pendamping : Syahriyah Semaun, S.E., M.M.
NIP : 197111111998032003



Mengetahui:
Plt. Ketua Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam



Budiman, M.HI.
NIP. 19730627 200312 1 004

SKRIPSI
IMPLEMENTASI UU NO. 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN
KONSUMEN (Relasi terhadap Pelaku Usaha Jual Beli Motor Bekas di
Parepare)

disusun dan diajukan oleh

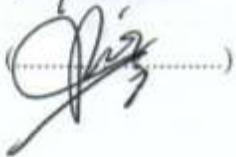
MUSNIYARDA M

NIM : 14.2200.200

telah dipertahankan di depan panitia ujian munaqasyah
pada tanggal 15 November 2018
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Mengesahkan

Dosen Pembimbing

Pembimbing Utama	:	Dr. Zainal Said, M.H.	
NIP	:	197611182005011002	
Pembimbing Pendamping	:	Syahriyah Semaun, S.E., M.M.	
NIP	:	197111111998032003	



PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Nama Mahasiswa : Musniyarda M
Judul Skripsi : Implementasi UU No. 8 Tahun 1999 tentang
Perlindungan Konsumen (Relasi terhadap Pelaku
Usaha Jual Beli Motor Bekas di Parepare)
NIM : 14.2200.200
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)
Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Ketua STAIN Parepare
B.2875/Sti. 08/PP.00.01/10/2017

Disahkan oleh Komisi Penguji

Dr. Zainal Said, M.H.	Ketua	(.....)
Syahriyah Semaun, SE., M.M.	Sekretaris	(.....)
Badruzzaman, S.Ag., M.H.	Anggota	(.....)
Dr. Andi Tenripadang, M.H.	Anggota	(.....)

Mengesahkan:
Rektor IAIN Parepare

Berkas Sultra Rustan, M.Si
NIP. 19640427 198703 1 002

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT. atas semua limpahan rahmat serta hidayahnya yang diberikan kepada penulis sehingga bisa menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar “Sarjana Hukum (S.H) pada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Islam” Institut Agama Islam Negeri Parepare.

Penulis menghaturkan banyak terimah kasih yang tulus kepada kedua orang tua penulis, ayahanda Mustapa dan ibunda Nurhaeda yang telah memberi semangat, do'a dan nasihat-nasihat yang tiada hentinya kepada penulis. Terima kasih kepada kakak atas doa dan dukungan baik berupa moril maupun materil kepada penulis.

Selain itu, penulis ingin pula mengucapkan terima kasih terkhusus kepada Bapak Dr. Zainal Said, M.H selaku pembimbing I, dan Ibu Syahriyah Semaun, S.E., M.M selaku pembimbing II atas segala bimbingan, arahan, dan bantuannya serta tak bosan-bosannya memberikan nasihat, kritik, saran, dan masukan kepada penulis demi kelancaran penyusunan skripsi ini.

Selanjutnya, penulis juga menyampaikan terimah kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelolah pendidikan di IAIN Parepare.
2. Bapak Budiman, S.Ag., M.HI., “sebagai Ketua Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam” beserta seluruh staffnya, atas pengabdianya telah memberikan kontribusi besar dan menciptakan suasana pendidikan positif bagi Mahasiswa di IAIN Parepare khususnya di Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam.

3. Kepala Perpustakaan IAIN Parepare beserta seluruh staf yang memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalani studi di IAIN Parepare, terutama dalam penulisan skripsi ini.
4. Bapak/Ibu Dosen tercinta yang telah membeikan dukungan dan motivasi yang besar selama menjalani perkuliahan dan terkhusus dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Ibu Asia Amin. ST selaku Seksi Pemberdayaan Konsumen telah meluangkan waktunya untuk memberikan informasi tentang hal-hal yang berkaitan dengan penelitian penulis
6. Bapak Drs. Rahmat Patajangi selaku Ketua Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan informasi tentang hal-hal yang berkaitan dengan penelitian penulis
7. Para pelaku usaha jual beli motor bekas di Parepare dan konsumen yang telah memberikan izin penelitian dan memberikan keterangan kepada penulis sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
8. Sahabat-sahabatku Saira, Hasnawiah, Heti Heriati, Misra, Husni, dan Nurjannah yang selalu membantu, menghibur, dan selalu mendukung penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Teman-teman sperjuangan penulis Prodi Hukum Ekonomi Syariah (HES) angkatan 2014.
10. Semua pihak yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga segala bantuan yang penulis terima dari berbagai pihak dibalas oleh Allah SWT. dan semoga skripsi ini dinilai ibadah disisi-Nya dan bermanfaat bagi siapa saja

yang membutuhkannya, khususnya pada lingkungan Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Parepare. Akhirnya semoga aktifitas yang kita lakukan mendapat bimbingan dan ridho dari-Nya, Aamiin.

Parepare, 02 November 2018

Penulis



MUSNIYARDA M

NIM. 14.2200.200



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Musniyarda M
Nim : 14.2200.200
Tempat/Tgl. Lahir : Parepare, 20 Mei 1996
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Implementasi UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Relasi terhadap Pelaku Usaha Jual Beli Motor Bekas di Parepare)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan duplikat, tiruan, plagiat yang dibuat oleh orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa keseluruhan skripsi ini hasil karya orang lain, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Parepare, 02 November 2018

Penyusun



MUSNIYARDA M
NIM. 14.2200.200

ABSTRAK

Musniyarda M. 14.2200.200. *Implementasi UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Relasi Terhadap Pelaku Usaha Jual Beli Motor Bekas di Parepare)*(Dibimbing oleh Zainal Said dan Syahriyah Semaun).

Implementasi UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Relasi Terhadap Pelaku Usaha Jual Beli Motor Bekas di Parepare. Alasan pemilihan lokasi ini karena di Parepare terdapat pelaku usaha yang menjual motor yang tidak sesuai harga dan kualitasnya atau terkadang ada cacat tersembunyi sehingga dapat merugikan konsumen.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif menggunakan pendekatan yuridis empiris dan dalam mengumpulkan data menggunakan metode observasi dan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan yaitu dengan mereduksi data, menyajikan data, dan menarik kesimpulan.

Hasil penelitian ini dapat dikemukakan bahwa 1) Bentuk pelaksanaan kegiatan pelaku usaha dalam melakukan jual beli motor bekas di Parepare, sesuai rukun dan syaratnya dalam Islam, memberikan informasi yang jujur kepada konsumen merupakan tujuan untuk mendapatkan keuntungan bersama berdasarkan hasil wawancara dari beberapa pelaku usaha. 2) Pengawasan pelaku usaha jual beli motor bekas di Parepare, para aparat dalam mengimplementasikan undang-undang tersebut tetap melakukan pengawasan bahkan pencegahan agar masyarakat tidak merasa dirugikan namun pada saat ini belum ada pengawasan yang dilakukan kepada pelaku usaha jual beli motor bekas di Parepare. 3) Implementasi UU No.8 tahun 1999 berdasarkan konsep Ekonomi Syariah, dalam mengimplementasikan suatu kebijakan diperlukan adanya komunikasi, sumber daya manusia, disposisi, struktur organisasi yang ikut serta tetapi perlu adanya juga pelaku usaha yang menaati peraturan dan memperhatikan hak/kewajibannya sebagai pelaku usaha, begipun dengan konsumen harus mengetahui hak dan kewajibannya serta dibarengi dengan keimanan dan sesuai konsep ekonomi syariah untuk mencapai kemaslahatan bersama.

Kata kunci: Implementasi, Perlindungan Konsumen, Pelaku Usaha, Jual Beli, Ekonomi Syariah.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMBUNG	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGANTAR	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PENGESAHAN KOMISI PEMBIMBING	v
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI	vi
KATA PENGANTAR	vii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	viii
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan atau Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	7
2.2 Tinjauan Teoritis	10
2.2.1 Teori Implementasi	10
2.2.2 Teori Konsumen	13
2.2.3 Teori Perlindungan Konsumen	18
2.2.4 Teori Pelaku Usaha	23

	2.2.5 Teori Jual Beli	27
	2.2.6 Teori Ekonomi Syariah	35
	2.3 Tinjauan Konseptual	50
	2.3 Kerangka Pikir	51
BAB III	METODE PENELITIAN	
	3.1 .JenisPenelitian	54
	3.2 LokasidanWaktuPenelitian	54
	3.3 .FokusPenelitian	54
	3.4 Sumber Data yang digunakan	55
	3.5 TehnikPengumpulanData	55
	3.6 TehnikAnalisisData	57
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	58
	4.2 Bentuk Pelaksanaan Kegiatan Pelaku Usaha dalam Melakukan Jual Beli Motor Bekas di Parepare	61
	4.3 Pengawasan Pelaku Usaha Jual Beli Motor Bekas di Parepare.	69
	4.4 Implementasi UU No. 8 Tahun 1999 Berdasarkan Konsep Ekonomi Syariah	75
BAB V	PENUTUP	
	5.1 Kesimpulan	91
	5.2 Saran	93
	DAFTAR PUSTAKA	94
	LAMPIRAN	

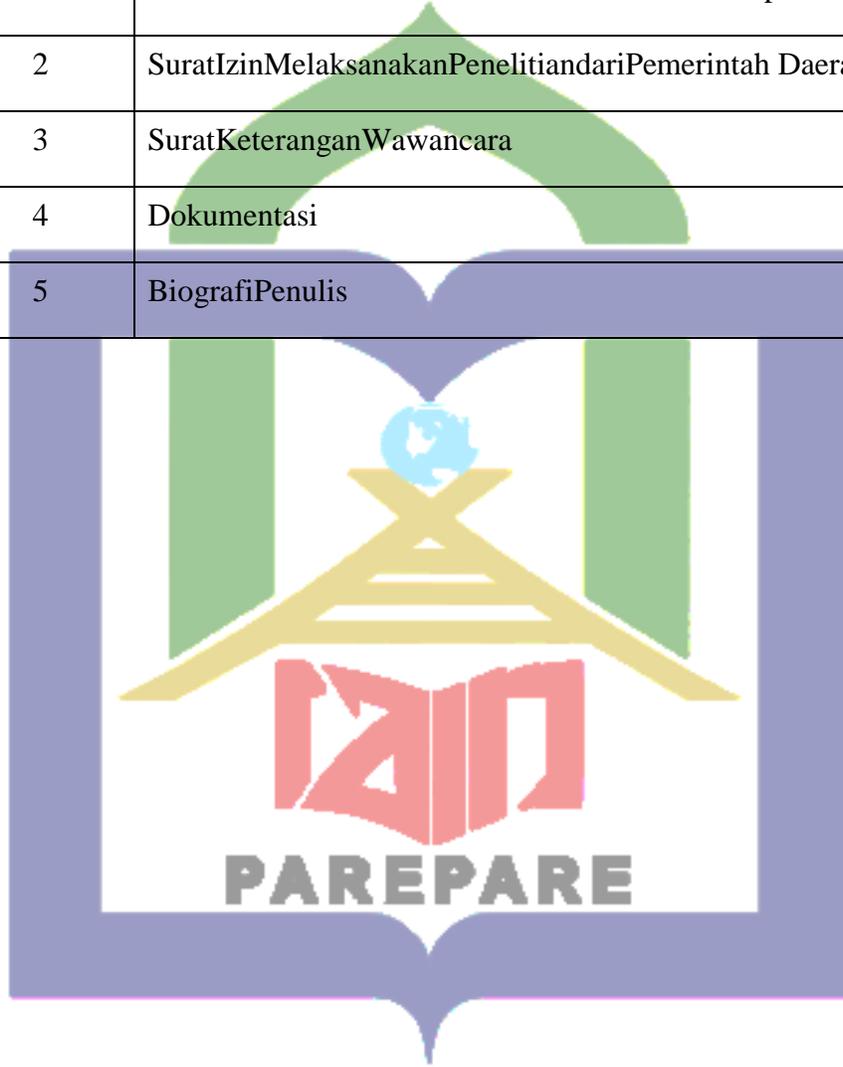
DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
2.1	Bagan Kerangka Pikir	53
4.1	Peta Kota Parepare	98



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lamp.	Judul Lampiran
1	Surat Izin Melaksanakan Peneliti dari IAIN Parepare
2	Surat Izin Melaksanakan Peneliti dari Pemerintah Daerah
3	Surat Keterangan Wawancara
4	Dokumentasi
5	Biografi Penulis



BAB I

PENDAHULUAN

I.I Latar Belakang Masalah

Perlindungan konsumen merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kegiatan bisnis yang sehat. Dalam kegiatan bisnis yang sehat terdapat keseimbangan perlindungan hukum antara konsumen dengan produsen. Tidak adanya perlindungan yang seimbang menyebabkan konsumen berada pada posisi yang lemah. Kerugian-kerugian yang dialami oleh konsumen tersebut dapat timbul sebagai akibat dari adanya hubungan hukum perjanjian antara produsen dan konsumen, maupun akibat dari adanya perbuatan melanggar hukum yang dilakukan oleh produsen.

Kondisi konsumen yang dirugikan, memerlukan peningkatan upaya untuk melindunginya, sehingga hak-hak konsumen dapat ditegakkan serta diimbangi dengan ketentuan yang memberikan perlindungan terhadap produsen.

Menurut Friedman, agar hukum dapat bekerja, harus dipenuhi tiga syarat, yaitu aturan itu harus dikomunikasikan kepada subjek yang diaturnya, subjek yang diaturnya mempunyai kemampuan untuk melaksanakan aturan itu dan subjek itu harus mempunyai motivasi untuk melaksanakan aturan itu.¹

Perlindungan hukum bagi konsumen merupakan hal penting dalam menjaga keseimbangan hubungan hukum antara produsen dan konsumen, sehingga perlu adanya prinsip-prinsip perlindungan hukum bagi konsumen yang dapat menjadi

¹Ahmadi Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), h. 5.

acuan dalam memberikan perlindungan kepada konsumen. Demikian pula, untuk memudahkan bagi produsen dan konsumen mengetahui hak dan kewajibannya.²

Perlindungan konsumen dapat diartikan sebagai keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk antara penyedia dan penggunanya dalam kehidupan bermasyarakat.³

Sedangkan menurut Undang- Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa:

Pasal 8

“Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”.⁴

Kendaraan (sepeda motor) merupakan alat transportasi yang praktis dan efisien. Perkembangan teknologi yang semakin canggih dan semakin cepat dari tahun ke tahun khususnya dalam hal otomotif menimbulkan persaingan yang ketat diantara produk-produk tersebut meningkat. Tidak hanya sepeda motor baru, bisnis sepeda motor bekas pun tampak meningkat.

Motor bekas menjadi pilihan konsumen untuk mencari kendaraan sesuai dengan kebutuhan. Toko penjualan motor bekas biasanya menyediakan sepeda motor dengan berbagai merek, sehingga menjadi pilihan alternatif oleh para konsumen guna

²Ahmadi Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*. h. 6.

³Sevila Apriolem, “Pelaksanaan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Makanan Dalam Kemasan Yang Telah Kadaluwarsa Dikota Pekanbaru”, http://repository.uin-suska.ac.id/2918/1/2013_2013174IH.pdf (14 September 2018).

⁴Republik Indonesia, *Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, bab I, pasal 1.

mendapatkan sepeda motor dengan harga yang berbeda dengan motor pengeluaran baru dan berkualitas.

Keinginan untuk memiliki kendaraan juga dipicu oleh kemudahan-kemudahan yang ditawarkan oleh pihak produsen sehingga tidak mengherankan apabila pemilik sepeda motor setiap tahunnya mengalami peningkatan. Adapun toko penjualan sepeda motor bekas di Parepare yaitu yang terletak di Jl. Jend. Ahmad Yani, JL. Abu Bakar Lambogo, dan Jl. Kebun Sayur.

Adapun yang terjadi di Parepare terdapat pelaku usaha yang menjual motor bekas dengan kualitas yang tidak baik seperti menjual motor yang tidak sesuai harga dan kualitasnya, beberapa konsumen juga biasa mendapatkan kendaraan yang memiliki cacat yang diketahui setelah melakukan pembelian sepeda motor tersebut, sehingga ini merupakan cara yang tidak jujur dan dapat merugikan konsumen.

Melihat kejadian tersebut perlu diterapkannya Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) di Parepare dan juga diterapkannya sesuai dengan konsep Ekonomi Syariah agar mendapatkan keberkahan baik di dunia maupun di akhirat baik itu melakukan transaksi jual beli, sebagai konsumen, pelaku usaha dan aparat-aparat yang turut serta dalam penerapan tersebut. Sehingga pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan usahanya menerapkan undang-undang yang mengaturnya karena perundang-undangan tersebut tidak semata-mata melindungi kepentingan pribadi melainkan untuk kesejahteraan rakyat dan suatu sistem ekonomi yang efisien dan tidak hanya diatur dalam undang-undang tersebut melainkan juga terdapat dalam hukum Islam.

Dalam hukum Islam prinsip-prinsip perlindungan konsumen sudah diterapkan sejak Nabi Muhammad SAW belum diangkat menjadi Rasul. Prinsip bisnis yang diajarkan oleh Rasulullah SAW mengandung nilai-nilai perlindungan terhadap hak-

hak konsumen, karena itu, nilai-nilai keimanan yang terdiri dari niat yang tulus dan visi misi yang besar, proses kegiatan yang terukur dan terarah, menggunakan dua sudut pandang dunia dan akhirat, nilai-nilai Islam yang terdiri dari, saling membantu, keadilan, logis dan rasional tidak emosioal, profesional, dan nilai-nilai etika yang terdiri dari jujur, sabar, tawakkal, qanaah, dan wara merupakan pondasi ajaran Islam dalam berbisnis. Tujuan perlindungan konsumen dalam hukum Islam adalah untuk mewujudkan *mashlahah* (kemaslahatan) bagi umat manusia.

Untuk menjamin dan melindungi kepentingan konsumen atas produk barang dan/atau jasa yang dibeli di Indonesia, pada tanggal 20 April 1999 Pemerintah Republik Indonesia memberlakukan Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang dimuat dalam Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821. Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini berlaku efektif pada tanggal 20 April 2000, yang merupakan awal pengakuan perlindungan konsumen secara legitimasi formal yang menjadi sarana dan kekuatan hukum bagi konsumen dan tanggung jawab pelaku usaha sebagai penyedia/ pembuat produk bermutu.⁵

Pasal 8 ayat (2)

“Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud”.⁶

Pasal 8 ayat (2) ini sesuai dengan hadits Rasulullah SAW yang diriwayatkan oleh Ahmad dan Tabraniy dari Uqbah Rasulullah SWA bersabda :

⁵Nurhalis, “*Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999*”, jurnalius.ac.id/ojs/index.php/jurnallIUS/article/download/267/237 (14 September 2018).

⁶Republik Indonesia, Undang-Undang No.8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, pasal 8, ayat 2.

المُسْلِمُ أَخُو الْمُسْلِمِ، وَلَا يَحِلُّ لِمُسْلِمٍ بَاعَ مِنْ أَخِيهِ بَيْعًا فِيهِ عَيْبٌ إِلَّا بَيَّنَّهُ لَهُ

Artinya:

“Orang muslim adalah saudara bagi muslim yang lainnya, maka tidak halal bagi seorang muslim menjual barang cacat kepada saudaranya kecuali dia menjelaskannya”. (HR. Ahmad dan Tabrani)⁷

Berdasarkan hal diatas penulis tertarik melakukan penelitian dan ingin mengetahui mengenai penerapan undang-undang tersebut, apakah sudah diterapkan oleh pelaku usaha, maupun konsumen agar tercapainya tujuan bersama dan dapat memberikan pemahaman kepada kita semua mengenai **“Implementasi UU No. 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Relasi Terhadap Pelaku Usaha Jual Beli Motor Bekas di Parepare)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka pokok permasalahan adalah “Bagaimana Implementasi UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Relasi Terhadap Pelaku Usaha Jual Beli Motor Bekas di Parepare) dengan sub masalah sebagai berikut:

- 1.2.1 Bagaimana Bentuk Pelaksanaan Kegiatan Pelaku Usaha dalam Melakukan Jual Beli Motor Bekas di Parepare ?
- 1.2.2 Bagaimana Pengawasan Pelaku Usaha Jual Beli Motor Bekas di Parepare ?
- 1.2.3 Bagaimana Implementasi UU No. 8 Tahun 1999 Berdasarkan Konsep Ekonomi Syariah ?

⁷Nurhalis, “*Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999*” jurnalius.ac.id/ojs/index.php/jurnalIUS/article/download/267/237 (Diakses pada tanggal 14 September 2018).

1.3 Tujuan Penelitian

- 1.3.1 Untuk Mengetahui Bentuk Pelaksanaan Kegiatan Pelaku Usaha dalam Melakukan Jual Beli Motor Bekas di Parepare ?
- 1.3.2 Untuk Mengetahui Pengawasan Pelaku Usaha Jual Beli Motor Bekas di Parepare ?
- 1.3.2 Untuk Mengetahui Implementasi UU No. 8 Tahun 1999 Berdasarkan Konsep Ekonomi Syariah ?

1.4 Kegunaan Penelitian

Secara umum penelitian ini diharapkan dapat menambah keilmuan dalam bidang hukum Islam dan memberikan kontribusi pemikiran dan dijadikan bahan untuk mereka yang akan mengadakan penelitian-penelitian selanjutnya, terkhusus bagi masyarakat akademik di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Tujuan-tujuan khusus penelitian ini antara lain :

- 1.4.1 Kegunaan teoritis yaitu, untuk memberikan manfaat berkaitan dengan ilmu pengetahuan terutama dalam bidang hukum Islam.
- 1.4.2 Kegunaan praktis yaitu, untuk memberikan penjelasan tentang Implementasi UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Relasi Terhadap Pelaku Usaha Jual Beli Motor Bekas di Parepare).

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Tinjauan pustaka memuat analisis dan uraian sistematis tentang teori, hasil pemikiran dan hasil penelitian yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti dalam rangka memperoleh pemikiran konseptual terhadap variabel yang akan diteliti.⁸ Berdasarkan pengamatan dan penelusuran yang telah dilakukan, peneliti menemukan beberapa hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini. Adapun penelitian terdahulu yang dijadikan pendukung dan penguat sebagaimana yang akan dijelaskan berikut ini :

2.1.1 Nurul Ulya “Efektifitas penerapan UU No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen (studi kasus penjual pakaian bekas di pasar senggol Parepare)”.

Penelitian ini menjelaskan tentang kejadian yang terjadi di pasar senggol Parepare mengenai pakaian bekas, serta tindakan dari pemerintah tentang larangan menjual baju bekas terkait impor baju bekas yang memang jelas bahwa dilarang dan ilegal yang dilakukan oleh pedagang yang seakan tidak peduli dengan aturan yang telah dibuat serta tidak mempertimbangkan keselamatan konsumennya, tapi justru dari pakaian itulah menimbulkan penyakit, sebelum hal ini menjadi masalah yang lebih serius ada baiknya pemerintah segera membenahi sarana dan prasarana, karena segala persoalan yang terjadi dimasyarakat pada akhirnya semua itu akan kembali lagi ke pemerintah untuk mensejahterahkan rakyatnya. Sehingga dalam penelitian ini

⁸STAIN Parepare, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Parepare: STAIN Parepare, 2013), h. 25.

bertujuan untuk mengetahui sumber-sumber pemerintah dalam menjalankan penerapan UU No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, proses penerapan UU No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dan untuk mengetahui penerapan UU No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen telah mencapai sasaran yang diinginkan.⁹

Dari hasil penelitian Nurul Ulya terdapat kesamaan yaitu mengenai penerapan UU No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, namun objek penelitian yang dilakukan oleh Nurul Ulya difokuskan pada perlindungan konsumen terhadap penjual pakaian bekas di pasar senggol Parepare, sedangkan penelitian yang penulis lakukan difokuskan pada perlindungan konsumen relasi terhadap pelaku usaha jual beli motor bekas di Parepare.

2.1.2 Awal Firdaus “Perlindungan hukum terhadap konsumen dalam perjanjian jual beli sepeda motor bekas oleh *showroom* di Palangka Raya”.

Penelitian ini menjelaskan tentang perlindungan hukum terhadap konsumen dalam ranah aplikasi keberlakuan UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap kondisi yang perlu mendapat perhatian serius. Seperti, ketika terjadi cacat atau rusaknya kendaraan yang tidak diketahui oleh pihak konsumen sebagai pembeli, dan ketika persoalan tersebut disampaikan kepada *showroom* penjual maka pihak *showroom* menolak bertanggung jawab untuk biaya perbaikan atau ganti rugi atas sepeda motor yang rusak tersebut. Kondisi yang demikian berdampak pada kerugian dipihak konsumen karena tidak adanya perjanjian pada saat transaksi jual-beli berlangsung. Selain itu dalam

⁹Nurul Ulya, “Efektivitas Penerapan UU Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus Penjual Pakaian Bekas di Pasar Senggol Parepare)”(Skripsi Sarjana; Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam; Parepare, 2014)

bahasan hukum ekonomi syariah dinyatakan bahwa hukum asal jual beli adalah halal dan boleh, hingga ada dalil yang menjelaskan keharamannya. Sehingga penelitian ini membahas mengenai cara melindungi diri dari unsur kecurangan dalam transaksi sepeda motor di Palangka Raya dan latar belakang adanya perlindungan hukum terhadap konsumen atau pembeli motor bekas di Palangka Raya.¹⁰

Dari hasil penelitian Awal Firdaus terdapat kesamaan yaitu mengenai perlindungan hukum bagi konsumen berdasarkan diberlakukannya UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dan perbedaannya yaitu pada penelitian Awal Firdaus difokuskan terhadap perjanjian jual beli.

2.1.3 Sevila Apriolem “Pelaksanaan perlindungan hukum bagi konsumen terhadap makanan dalam kemasan yang telah kadaluwarsa di kota Pekanbaru”.

Penelitian ini menjelaskan tentang perlindungan hukum terhadap konsumen yang diberikan oleh negara harus segera diimplementasikan dalam kerangka kehidupan ekonomi dalam kehidupan bermasyarakat di Indonesia yang harus pula diimbangi dengan campur tangan atau inisiatif baik dari pelaku usaha dan konsumen. Penjualan produk makanan dalam kemasan yang telah kadaluwarsa tergolong banyak di daerah kota Pekanbaru, bahkan tidak hanya terbatas pada toko-toko atau supermarket. Atas kegiatan penjualan produk makanan kemasan tersebut, konsumen pun menjadi sering tidak terlindungi. Bahkan dengan lahirnya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1992 perlindungan terhadap konsumen itu masih tetap tidak

¹⁰Awal Firdaus, “*Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Perjanjian Jual Beli Sepeda Motor Bekas oleh Showroom di Palangka Raya*”, <http://digilib.iainpalangkaraya.ac.id/449/2/File%201%20Sampul%2C%20dll.pdf> (14 September 2018).

dilaksanakan oleh pedagang khususnya pedagang produk makanan dalam kemasan. Maka dalam penelitian ini dijelaskan bentuk perlindungan hukum bagi konsumen terhadap makanan dalam kemasan yang telah kadaluwarsa di kota Pekanbaru, dan tanggung jawab pelaku usaha dan upaya penyelesaian hukumnya jika terjadi perselisihan antara konsumen dan pelaku usaha terhadap makanan dalam kemasan yang telah kadaluwarsa, serta apakah penanganannya sudah terlaksana dengan baik oleh pihak-pihak penegak hukum terhadap pelaku usaha yang nakal.¹¹

Dari hasil penelitian Sevila Apriolem terdapat kesamaan yaitu mengenai perlindungan hukum bagi konsumen berdasarkan diberlakukannya UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dan perbedaannya yaitu pada penelitian Sevila Apriolem difokuskan terhadap perlindungan hukum bagi konsumen terhadap makanan dalam kemasan yang telah kadaluwarsa.

2.2 Tinjauan Teoritis

2.2.1 Teori Implementasi

Implementasi kebijakan pada prinsipnya adalah cara agar sebuah kebijakan dapat mencapai tujuannya. Tidak lebih dan tidak kurang untuk mengimplementasikan kebijakan *public*, ada dua pilihan angka yang ada, yaitu langsung mengimplementasikan dalam bentuk program atau melalui formulasi kebijakan *derivate* atau turunan dari kebijakan *public* tersebut. Rangkaian implementasi kebijakan dapat diamati dengan jelas yaitu dimulai dari program, ke proyek dan kegiatan. Model tersebut mengadaptasi mekanisme yang lazim dalam manajemen,

¹¹Sevila Apriolem, “Pelaksanaan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Makanan Dalam Kemasan Yang Telah Kadaluwarsa Dikota Pekanbaru”, http://repository.uin-suska.ac.id/2918/1/2013_2013174IH.pdf (14 September 2018).

khususnya manajemen sektor *public*. Kebijakan diturunkan berupa program-program yang kemudian diturunkan menjadi proyek-proyek, dan akhirnya berwujud pada kegiatan-kegiatan, baik yang dilakukan oleh pemerintah, masyarakat maupun kerjasama pemerintah dengan masyarakat.¹²

Implementasi merupakan suatu proses penerapan ide, konsep, kebijakan, atau inovasi dalam suatu tindakan praktis sehingga memberikan dampak baik berupa perubahan pengetahuan, keterampilan, nilai, dan sikap.¹³ Terdapat beberapa teori dari beberapa ahli mengenai implementasi kebijakan yaitu:

Dalam pandangan Edwards III, implementasi kebijakan dipengaruhi oleh empat variabel keempat variabel tersebut juga saling berhubungan satu sama lain yakni:

2.2.1.1 Komunikasi merupakan cara keberhasilan implementasi kebijakan mensyaratkan agar implementor mengetahui apa yang harus dilakukan. Apa yang menjadi tujuan dan sasaran kebijakan harus ditransmisikan kepada kelompok sasaran (*target group*) sehingga akan mengurangi distorsi implementasi. Apabila tujuan dan sasaran suatu kebijakan tidak jelas atau bahkan tidak diketahui sama sekali oleh kelompok sasaran, maka kemungkinan akan terjadi resistensi dari kelompok sasaran.

2.2.1.2 Sumber daya yaitu walaupun isi kebijakan sudah dikomunikasikan secara jelas dan konsisten, tetapi apabila implementor kekurangan sumberdaya untuk melaksanakan, implementasi tidak akan berjalan efektif. Sumberdaya tersebut

¹²Ade Sanjaya, *Landasan Teori*. <http://www.LandasanTeori.com/2015/10/Pengertian-Implementasi-Kebijakan.html?m=I>. (30 Maret 2018).

¹³Mulyasa, *Implementasi Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan* (Cet. III; Jakarta: Bumi Aksara, 2009), h. 178.

dapat berwujud sumberdaya manusia, yakni kompetensi implementor dan sumber daya finansial. Sumberdaya adalah faktor penting untuk implementasi kebijakan agar efektif. Tanpa sumber daya, kebijakan hanya tinggal dikertas menjadi dokumen saja.

2.2.1.3 Disposisi adalah watak dan karakteristik yang dimiliki implementor. apabila implementor memiliki disposisi yang baik, maka dia akan menjalankan kebijakan dengan baik seperti apa yang diinginkan oleh pembuat kebijakan. Ketika implementor memiliki sikap atau perspektif yang berbeda dengan pembuat kebijakan, maka proses implementasi kebijakan juga menjadi tidak efektif. berbagai pengalaman pembangunan di Negara dunia ketiga menunjukkan bahwa tingkat komitmen dan kejujuran aparat rendah.¹⁴

2.2.1.4 Struktur birokrasi adalah struktur organisasi yang bertugas mengimplementasikan kebijakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap implementasi kebijakan. Salah satu dari aspek struktur yang penting dari setiap organisasi adalah adanya prosedur operasi yang (*Standard Operating Procedures* atau SOP). SOP menjadi pedoman bagi setiap implementor dalam bertindak. Struktur organisasi yang terlalu panjang akan cenderung melemahkan pengawasan dan menimbulkan *red-tape*, yakni prosedur birokrasi yang rumit dan kompleks, Ini pada gilirannya menyebabkan aktivitas organisasi tidak fleksibel.¹⁵

¹⁴Mustain. “Implementasi Manajemen Supervisi Sekolah Dalam Peningkatan Mutu Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Di Smp Negeri 2 Bae Kudus”, Eprints.stainkudus.ac.id/306/5/5.%20%20MUSTA%27IN%20BAB%202.pdf (14 September 2018)

Implementasi menurut Mazmanian dan Sebastian merupakan pelaksanaan kebijakan dasar berbentuk undang-undang juga berbentuk perintah atau keputusan-keputusan yang penting atau seperti keputusan badan peradilan. Proses implementasi ini berlangsung setelah melalui sejumlah tahapan pengesahan Undang-Undang.

Pengertian implementasi yang dikemukakan oleh para ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa implementasi merupakan tindakan-tindakan yang dilakukan oleh pemerintah untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dalam suatu keputusan kebijakan. Akan tetapi pemerintah dalam membuat kebijakan juga harus mengkaji terlebih dahulu apakah kebijakan tersebut dapat memberikan dampak buruk atau tidak bagi masyarakat. Hal tersebut bertujuan agar suatu kebijakan tidak bertentangan dengan masyarakat dan juga merugikan masyarakat.

2.2.2 Konsumen

Pengertian konsumen dalam naskah final Rancangan Akademik Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen yang disusun oleh Fakultas Hukum Universitas Indonesia bekerja sama dengan Badan Penelitian dan Pengembangan Perdagangan Departemen Perdagangan RI, konsumen adalah setiap orang atau keluarga yang mendapatkan barang untuk dipakai dan tidak untuk diperdagangkan.¹⁶

Dari banyaknya defenisi terdapat juga beberapa defenisi konsumen yang lebih luas, seperti di Spanyol dengan batasan bahwa konsumen adalah setiap individu atau kelompok yang menjadi pembeli atau pemakai akhir dari kepemilikan khusus, produk, atau pelayanan dan kegiatan tanpa memperhatikan apakah ia berasal dari pedagang, pemasok, produsen pribadi atau publik atau apakah ia berbuat sendiri

¹⁶Ahmadi Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*. h. 20.

ataukah secara kolektif. Defenisi konsumen Spanyol ini lebih dekat dengan defenisi yang ada dalam hukum ekonomi Islam.¹⁷

Dalam UU No. 8 Tahun 1999 menyebutkan bahwa konsumen adalah setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Sedangkan menurut Garis-Garis Besar Haluan Negara (GBHN) 1993 melalui Tap MPR Nomor II/MPR/1993, Bab IV, huruf F butir 4a:¹⁸

“Pembangunan perdagangan ditujukan untuk memperlancar arus barang dan jasa dalam rangka menunjang peningkatan produksi dan daya saing, meningkatkan pendapatan produsen, melindungi kepentingan konsumen”.¹⁹

Penggunaan istilah “pemakai” dalam rumusan pasal 1 angka 2 UUPK tersebut sesungguhnya kurang tepat. Ketentuan yang menyatakan “setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat”. Apabila dihubungkan dengan anak kalimat yang menyatakan “bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain”, tampak ada kerancuan di dalamnya sebagai pemakai dengan sendirinya untuk kepentingan diri sendiri, dan bukan untuk keluarga, atau makhluk hidup lainnya. Demikian pula penggunaan istilah “pemakai” menimbulkan kesan barang tersebut bukan milik sendiri, walaupun sebenarnya telah terjadi transaksi jual beli. Jika seandainya istilah yang digunakan “setiap orang yang memperoleh” maka secara hukum akan memberikan makna yang lebih tepat, karena

¹⁷Muhammad, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 1997), h. 171.

¹⁸Agus Ariyanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Press, 2011), h. 56.

¹⁹Republik Indonesia, Tap MPR Nomor II/MPR/1993, bab IV, huruf F butir 4a.

apa yang diperoleh dapat digunakan untuk kepentingan sendiri maupun untuk orang lain.²⁰

Hal lain yang juga perlu dikemukakan dalam pengertian konsumen ini adalah syarat “tidak untuk diperdagangkan” yang menunjukkan sebagai “konsumen akhir” (*end consumer*) dan sekaligus membedakan dengan konsumen antara (*derived/intermediate consumer*). Dalam kedudukan sebagai *derived/intermediate consumer*, yang bersangkutan tidak dapat menuntut pelaku usaha berdasarkan undang-undang ini, lain halnya apabila seorang pemenang undian atau hadiah seperti nasabah Bank, walaupun setelah menerima hadiah undian kemudian yang bersangkutan menjual kembali hadiah tersebut, kedudukannya tetap sebagai konsumen akhir (*end consumer*), karena perbuatan menjual yang dilakukannya bukanlah dalam kedudukan sebagai *professional seller*. Ia tidak dapat dituntut sebagai pelaku usaha menurut undang-undang ini, sebaliknya ia dapat menuntut pelaku usaha bila hadiah yang diperoleh ternyata mengandung suatu cacat yang merugikan baginya.²¹

Konsumen akhir (*ultimate consumer/end user*), adalah setiap orang yang mendapatkan dan menggunakan barang dan/atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan kehidupan pribadi, keluarga, orang lain, dan makhluk hidup lainnya dan tidak untuk diperdagangkan kembali dan/atau untuk mencari keuntungan kembali.²²

²⁰Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), h. 4-5.

²¹Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, h. 7-8.

²²Arti, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen Produk Kosmetik Yang Tidak Terdaftar BPOM”, <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/9166/1/Arti.pdf> (14 September 2018).

Adapun hak-hak konsumen yakni:

- 2.2.2.1 Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- 2.2.2.2 Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- 2.2.2.3 Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang/atau jasa;
- 2.2.2.4 Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang/atau jasa yang digunakan;
- 2.2.2.5 Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- 2.2.2.6 Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- 2.2.2.7 Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- 2.2.2.8 Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- 2.2.2.9 Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.²³

Konsumen memiliki hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa. Sebaliknya pelaku usaha bertanggung jawab memenuhi kewajibannya dengan memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi barang tersebut serta memberikan penjelasan penggunaan,

²³Ahmadi Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*. h. 111.

perbaikan, dan pemeliharaan untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan oleh konsumen.

Bagaimanapun rumusan hak-hak konsumen, tapi secara garis besar dapat dibagi dalam tiga prinsip, yaitu :

- a. Hak yang dimaksudkan untuk mencegah konsumen dari kerugian, baik kerugian personal maupun kerugian kekayaan;
- b. Hak untuk memperoleh barang dengan harga yang wajar;
- c. Hak untuk memperoleh penyelesaian yang patut terhadap masalah yang dihadapi.²⁴

Ketiga hak/prinsip di atas merupakan himpunan hak-hak konsumen sebagaimana diatur dalam UUPK, sehingga berbeda dengan asas perlindungan konsumen dalam pasal 2 UUPK, yaitu asas keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen serta kepastian hukum namun ketiga hak prinsip tersebut sangat esensial bagi konsumen, sehingga dapat dijadikan/merupakan prinsip perlindungan hukum bagi konsumen di Indonesia.²⁵

Adapun kewajiban konsumen yaitu:

- a) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang atau jasa demi keamanan dan keselamatan;
- b) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/jasa;
- c) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

²⁴Ahmadi Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*, h. 112.

²⁵Ahmadi Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*.h.113.

Kosumen berhak mendapatkan perlindungan dari sikap diskriminatif para pelaku usaha yang melakukan pelanggaran, namun konsumen juga perlu memperhatikan kewajibannya karena kesalahan terjadi bukan karena kesalahan pelaku usaha melainkan kesalahan konsumen yang tidak teliti dalam pemilihan produk yang akan digunakan, hal ini dilakukan agar terjadi keseimbangan antara hak dan kewajiban konsumen.

2.2.3 Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen dapat diartikan sebagai keseluruhan asas-asas dan kaidah kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk antara penyedia dan penggunanya dalam kehidupan bermasyarakat.²⁶

Menurut Business English Dictionary, Perlindungan Konsumen adalah istilah yang dipakai untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya dari hal-hal yang merugikan konsumen itu sendiri.²⁷

Untuk mengatur dan melindungi konsumen di Indonesia terhadap kejahatan bisnis seperti penipuan, iklan produk yang menyesatkan dan agar konsumen dapat dilayani dengan baik, maka dibuatlah Undang-Undang No. 8 Tahun 1999.²⁸

²⁶Sevila Apriolem, “Pelaksanaan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Makanan Dalam Kemasan Yang Telah Kadaluwarsa Dikota Pekanbaru”, http://repository.uin-suska.ac.id/2918/1/2013_2013174IH.pdf (Diakses tanggal 14 September 2018).

²⁷Arti, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen Produk Kosmetik Yang Tidak Terdaftar BPOM”, <http://repository.uin-alauddin.ac.id/9166/1/Arti.pdf> (Diakses pada tanggal 14 September 2018).

²⁸Agus Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, h. 56.

Pasal 1

“Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”²⁹.

Dalam perlindungan konsumen terdapat beberapa prinsip-prinsip perlindungan hukum bagi konsumen di Indonesia yaitu:

Pertama, perlindungan kesehatan dan harta konsumen yang dimaksud adalah perlindungan terhadap manusia agar kesehatannya tidak menurun/hartanya tidak berkurang sebagai akibat penggunaan produk. Perlindungan ini sangat penting bagi konsumen, sehingga perlu bagi setiap konsumen. Begitu pentingnya hal ini, maka dalam WTO (*World Trade Organization/ Organisasi Perdagangan Dunia*) dijadikan suatu bahasan tersendiri, yaitu persetujuan tentang pelaksanaan tindakan perlindungan kesehatan manusia, hewan, dan tumbuh-tumbuhan (selanjutnya disebut perlindungan kesehatan manusia), yang mana salah satu ketentuan terkandung di dalamnya adalah perlindungan kesehatan manusia yang didasarkan pada bukti ilmiah.³⁰

Kedua, prinsip perlindungan barang dan harga, dimaksudkan sebagai perlindungan konsumen dari penggunaan barang dengan kualitas yang dibawah standar atau kualitas yang lebih rendah daripada nilai harga yang dibayar. Dengan perlindungan yang demikian, maka konsumen tidak akan diberikan barang dengan kualitas yang lebih rendah daripada harga yang dibayarnya. Ketentuan dalam UUPK

²⁹Republik Indonesia, *Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, bab I, pasal 1.

³⁰Ahmadi Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*, h. 184.

(Undang-Undang Perlindungan Konsumen) yang melindungi konsumen dari penggunaan barang yang tidak sesuai dengan standar yang ditentukan³¹:

Pasal 8 ayat (1) a

“Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan”³².

Perlindungan konsumen dimaksudkan agar konsumen dapat menikmati perlindungan hukum sebagaimana yang diharapkan dan menjaga hak-hak konsumen dari tindakan diskriminatif penjual serta adanya perlindungan terhadap kesehatan, harga, dan jaminan dari produknya demi kesejahteraan bersama.

2.2.3.1 Asas-asas dalam Perlindungan Konsumen

Asas-asas dalam Perlindungan Konsumen terdapat dalam Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yaitu:

Pasal 2

“Perlindungan Konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum”³³.

Penjelasan resmi dari Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, menyatakan bahwa: Perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional, yaitu:

³¹Ahmadi Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*, h. 196-197.

³²Republik Indonesia, *Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, pasal 8, ayat 1.

³³Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, h. 25.

- a. Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan;
- b. Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil;
- c. Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materil dan spiritual;
- d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan;
- e. Asas kepastian hukum dimaksudkan agar pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.³⁴

2.2.3.2 Tujuan Perlindungan Konsumen

Pada pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, menyebutkan bahwa perlindungan konsumen bertujuan:

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa;

³⁴ Agus Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, h. 57.

- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha;
- f. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.³⁵

2.2.3.3 Pembinaan dan Pengawasan

2.2.3.3.1 Pembinaan

2.2.3.3.1.1 Pemerintah bertanggung jawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajiban konsumen dan pelaku usaha.

2.2.3.3.1.2 Pembinaan oleh pemerintah atas penyelenggaraan perlindungan konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan oleh Menteri dan/atau menteri teknis terkait.

2.2.3.3.1.3 Menteri sebagaimana dimaksud pada ayat (2) melakukan koordinasi atas penyelenggaraan perlindungan konsumen.

³⁵ Agus Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, h. 58

2.2.3.3.1.4 Pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat (2) meliputi upaya untuk:

- a. terciptanya iklim usaha dan tumbuhnya hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen;
- b. berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
- c. meningkatkan kualitas sumber daya manusia serta meningkatkannya kegiatan penelitian dan pengembangan di bidang perlindungan konsumen;

2.2.3.3.1.5 Ketentuan lebih lanjut mengenai pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen diatur dengan Peraturan Pemerintah.

2.2.4 Pelaku Usaha

Pelaku usaha sering diartikan sebagai pengusaha yang menghasilkan barang dan/atau jasa. Dalam pengertian ini termasuk pembuat, grosir, *leveransir*, dan pengecer profesional yaitu setiap orang/badan yang ikut serta dalam penyediaan barang dan jasa hingga sampai ke tangan konsumen. Sifat profesional merupakan syarat mutlak dalam hal menuntut pertanggungjawaban dari produsen.³⁶

Pasal 1 ayat (3)

“Pelaku Usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”.³⁷

³⁶Angfier A. Sinaga, “*Tinjauan Yuridis Terhadap Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Yang Menjual Produknya Dengan Sistem Penjualan Langsung/Direct Selling*”, <https://media.neliti.com/.../14705-ID-tinjauan-yuridis-terhadap-pertanggungjawaban> (14 September 2018).

³⁷Republik Indonesia, *Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, pasal 1, ayat 3.

Pengertian pelaku usaha dalam Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen cukup luas karena meliputi grosir, leveransir, pengecer, dan sebagainya. Cakupan luasnya pengertian pelaku usaha dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) tersebut memiliki persamaan dengan pengertian pelaku usaha dalam masyarakat Eropa terutama negara Belanda, bahwa yang dapat dikualifikasi sebagai produsen adalah, pembuat produk jadi (*finished product*), penghasil bahan baku, pembuat suku cadang, setiap orang yang menampakkan dirinya sebagai produsen, dengan jalan mencamtunkan namanya, tanda pengenal tertentu, atau tanda lain yang membedakan dengan produk asli, pada produk tertentu, importir suatu produk dengan maksud untuk dijualbelikan, disewakan, disewagunakan (*leasing*) atau bentuk distribusi lain dalam transaksi perdagangan, pemasok (*supplier*), dalam hal identitas dari produsen atau importir tidak dapat ditentukan.³⁸

2.2.4.1 Hak-hak pelaku usaha yaitu:

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

³⁸Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, h. 8-9.

2.2.4.2 Kewajiban pelaku usaha:

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan;
- c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau diperdagangkan;
- f. Memberi kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan konsumen tidak sesuai dengan perjanjian.³⁹

Perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha:

Pasal 8 ayat (1)

Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang :

- a. Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
- b. Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih, atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
- c. Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan, dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya
- d. Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan, atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/jasa tersebut;

³⁹CST Kansil dan Christine S.T Kansil, *Pokok-Pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*, (Cet. IV: Jakarta: Sinar Grafika, 2010), h. 219.

- e. Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- f. Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan, atau promosi penjualan barang dan/jasa tersebut;
- g. Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu, jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik adalah terjemahan dari kata *best before* yang biasa digunakan dalam label produk makanan;
- h. Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam label;
- i. Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang membuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau *netto*, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha, serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang atau dibuat;
- j. Tidak mencantumkan informasi dan/petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.⁴⁰

Pasal 8 ayat (2)

“Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat, atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud”.⁴¹

Pasal 8 ayat (3)

“Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dengan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar”.⁴²

Pasal 8 ayat (4)

“Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran”.⁴³

⁴⁰Republik Indonesia, *Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, pasal 8, ayat 1.

⁴¹Republik Indonesia, *Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, pasal 8, ayat 2.

⁴²Republik Indonesia, *Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, pasal 8, ayat 3.

⁴³Republik Indonesia, *Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, pasal 8, ayat 4.

Pasal 29 dan 30 Undang-undang No 8 Tahun 1999 juga menyatakan bahwa pemerintah bertanggung jawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak konsumen. Pemerintah berkewajiban melakukan pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen serta penerapan ketentuan peraturan perundang-undangan, yang didukung oleh masyarakat dan Lembaga Swadaya Masyarakat.⁴⁴

2.2.5 Teori Jual Beli

2.2.5.1 Pengertian Jual Beli

Jual beli dalam istilah fiqih disebut dengan *al-bai'* yang berarti menjual, mengganti dan menakar sesuatu dengan sesuatu yang lain.⁴⁵ Kata *albai'* dalam bahasa Arab terkadang digunakan untuk pengertian lawannya, yaitu kata *assira'u* (beli). Dengan demikian kata *Al-Bai'u* berarti kata jual dan juga berarti kata beli.⁴⁶

Jual beli secara bahasa artinya memindahkan hak milik terhadap benda dengan akad saling mengganti.⁴⁷ Jual beli adalah tukar menukar satu harta dengan harta yang lain melalui jalan suka sama suka.

Pada masyarakat primitif, jual beli biasanya dilakukan dengan tukar menukar barang (harta), tidak dengan uang pada masyarakat pada umumnya, mereka

⁴⁴Nurul Ulya, "Efektivitas Penerapan UU Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus Penjual Pakaian Bekas di Pasar Senggol Parepare)"(Skripsi Sarjana; Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam; Parepare, 2014), h. 28.

⁴⁵Nasrun Harun, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), h.111.

⁴⁶M Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*, Edisi I (Cet. II; Jakarta: PT Raja Grafindo, 2004), h. 113.

⁴⁷Abdul Aziz Muhammad Azzaam, *Fiqh Muamalat Sistem Transaksi dalam Islam*, (Jakarta: AMZAH), h. 23.

umpamanya menukarkan rotan (hasil hutan) dengan pakaian, garam dan sebagainya yang menjadi keperluan pokok mereka sehari-hari.⁴⁸

Dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) pada bab V pasal 1457, jual beli adalah suatu persetujuan dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk menyerahkan suatu barang, dan pihak yang lain untuk membayar harga yang dijanjikan.⁴⁹

Dari beberapa defenisi di atas dapat dipahami bahwa inti jual beli adalah perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara suka rela diantara kedua belah pihak, yang satu menerima benda-benda dan pihak lain menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah di tetapkan *syara'* dan disepakati.⁵⁰

2.2.5.2 Dasar Hukum Jual Beli

Jual beli sebagai bagian dari mu'amalah mempunyai dasar hukum yang jelas, baik dari al-Qur'an, al-Sunnah dan telah menjadi ijma' ulama dan kaum muslimin. Bahkan jual beli bukan hanya sekadar mu'amalah, akan tetapi menjadi salah satu media untuk melakukan kegiatan untuk saling tolong menolong sesama manusia. Adapun dasar hukum jual beli berdasarkan dalam al-Qur'an, as-sunnah, dan ijma sebagai berikut :

⁴⁸ M Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*, h. 115.

⁴⁹ Soedaharyo Soimin, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata* (Cet. VII; Jakarta: Sinar Grafika, 2007), h. 356.

⁵⁰ Hedi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2002), h. 69.

2.2.5.2.1 Dasar dalam al-Qur'an

Firman Allah dalam surat Q.S. Al-Baqarah/2: 275.

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Terjemahnya :

“...Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...”⁵¹

Firman Allah dalam surat Q.S. Al-Baqarah/2: 198.

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ

Terjemahnya :

Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezeki hasil perniagaan) dari Tuhanmu⁵².

2.2.5.2.2 Dasar dalam Al-Sunnah

Dasar hukum yang berasal dari Al-Sunnah antara lain adalah sebagai berikut:

- a. Hadis Rasulullah saw. Yang diriwayatkan Rifa'ah bin Rafi' al-Bazar dan Hakim:

أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ قَالَ : عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ
وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ

Artinya :

Rasulullah saw bersabda ketika ditanya salah seorang sahabat mengenai pakaian yang paling baik. Rasulullah ketika itu menjawab: pekerjaan yang dilakukan dengan tangan seorang sendiri dan setiap jual beli yang diberkati (jual beli yang jujur tanpa diiringi kecurangan).⁵³

⁵¹Departemen Agama Republik Indonesia, *al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta; Intermedia, 1993), h. 69.

⁵²Departemen Agama Republik Indonesia, *al-Qur'an dan Terjemahannya*, h. 48.

⁵³Imam Mustofa, *Fiqh Muamalah Kontemporer*, Edisi I (Cet I; Jakarta: Rajawali Press, 2016), h. 24.

b. Rasulullah saw bersabda:

قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ

Artinya :

Sesungguhnya jual beli itu harus atas dasar saling merelakan.⁵⁴

c. Hadis Rasulullah saw. Yang diriwayatkan Sufyan dari Abu Hamzah dari Hasan dari Abi Said:

التَّاجِرُ لَصَدُوقِ الْأَمِينِ مَعَ النَّبِيِّينَ وَالصِّدِّيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ

Artinya :

Dari Sofyan dari Ibnu Hamzah dari Hasan dari Abi Said dari Nabi SAW bersabda bahwa pedagang yang jujur dan terpercaya itu sejajar (tempatny di surga) dengan para Nabi, shiddiqin dan syuhada.⁵⁵

2.2.5.3 Dasar dalam Ijma'

Para ulama dan seluruh umat Islam sepakat tentang dibolehkannya jual beli, karena hal ini sangat dibutuhkan oleh para manusia pada umumnya. Dalam kenyataan kehidupan sehari-hari tidak semua orang memiliki apa yang dibutuhkannya. Apa yang dibutuhkannya kadang-kadang berada ditangan orang lain. Dengan jual beli, maka manusia saling tolong-menolong untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Dengan demikian, roda kehidupan ekonomi akan berjalan dengan positif karena apa yang mereka lakukan akan menguntungkan kedua belah pihak.⁵⁶

2.2.5.4 Macam-macam jual beli

Jual beli ada tiga macam yaitu :

2.2.5.4.1 Jual beli barang yang dapat disaksikan, maka hukumannya boleh;

⁵⁴Imam Mustofa, *Fiqh Muamalah Kontempoer*, h. 24.

⁵⁵Imam Mustofa, *Fiqh Muamalah Kontempoer*, h. 24.

⁵⁶Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat* (Cet I; Jakarta: Amzah, 2010), h.179.

2.2.5.4.2 Jual beli sesuatu yang dijelaskan sifat-sifatnya dalam perjanjian, maka hukumnya boleh jika sifatnya sesuai dengan yang disebutkan;

2.2.5.4.3 Jual beli sesuatu yang tidak ada dan tidak bisa disaksikan, maka hukumnya tidak boleh.

Jual beli segala sesuatu yang suci, bermanfaat dan dimiliki, maka hukumnya sah. Sebaliknya, jual beli sesuatu yang najis dan tidak ada manfaatnya maka hukumnya tidak sah.⁵⁷

2.2.5.5 Rukun dan Syarat Jual Beli

Rukun dan syarat jual beli adalah merupakan suatu kepastian. Tanpa adanya rukun dan syarat tentulah tidak akan terlaksana menurut hukum, karena rukun dan syarat tidak bisa dikesampingkan dari suatu perbuatan dan juga termasuk bagian dari perbuatan tersebut. Jual beli adalah merupakan suatu akad, dan di pandang sah apabila telah memenuhi rukun dan syarat jual beli.⁵⁸

2.2.5.5.1 Rukun jual beli

Rukun jual beli ada tiga, yaitu akad (*ijab qabul*), orang-orang yang berakad (penjual dan pembeli), dan objek akad (*ma'kud alaih*).

2.2.5.5.1.1 Akad (*ijab qabul*)

Akad ialah ikatan kata antara penjual dan pembeli. Jual beli belum dikatakan sah sebelum ijab dan kabul dilakukan sebab ijab kabul menunjukkan kerelaan (keridhaan). Pada dasarnya ijab dan kabul dilakukan dengan lisan, tetapi kalau tidak mungkin, misalnya bisu atau lainnya, boleh ijab kabul dengan surat menyurat yang mengandung arti ijab dan kabul.

⁵⁷Musthafa Diib Al-Bugha, *Fikh Islam Lengkap Penjelasan Hukum-hukum Islam Madzhab Syafi'i* (Surakarta: Media Zikir 2009), h. 256.

⁵⁸M.Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*, h. 118.

Adanya kerelaan tidak dapat dilihat sebab kerelaan berhubungan dengan hati, kerelaan dapat diketahui melalui tanda-tanda lahirnya, tanda yang jelas menunjukkan kerelaan adalah ijab dan kabul.⁵⁹

Adapun syarat-syarat sah ijab kabul ialah sebagai berikut:

- a. Jangan ada yang memisahkan, pembeli jangan diam saja setelah penjual menyatakan ijab dan sebaliknya.
- b. Jangan diselingi dengan kata-kata lain antara ijab dan kabul.
- c. Beragama Islam, syarat ini khusus untuk pembeli saja dalam benda-benda tertentu, misalnya seseorang dilarang menjual hambanya yang beragama Islam kepada pembeli yang tidak beragama Islam, sebab besar kemungkinan pembeli tersebut akan merendahkan abid yang beragama Islam, sedangkan Allah melarang orang-orang mukmin memberi jalan kepada orang kafir untuk merendahkan mukmin.

2.2.5.5.1.2 Orang-orang yang berakad (penjual dan pembeli)

Rukun jual beli kedua ialah dua atau beberapa orang yang melakukan akad. Berikut ini syarat-syarat bagi orang yang melakukan akad.

- a. Baligh berakal agar tidak mudah ditipu orang. Batal akad anak kecil, orang gila, dan orang bodoh sebab mereka tidak pandai mengendalikan harta. Oleh karena itu, anak kecil, orang gila, dan orang bodoh tidak boleh menjual harta sekalipun miliknya karena anak kecil (yang belum *mumayyiz*), tetapi yang bertanggung jawab terhadap setiap konsekuensi hukum akad tersebut adalah walinya. Jika kondisi diatas menimpa pelaku akad maka akadnya tidak sah dan tidak melahirkan hak dan kewajiban.

⁵⁹Nasrun Haroen, *Fiqih Muamalah*, h. 70.

Allah berfirman dalam Q.S. An-Nisa/4: 5.

وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَمًا وَارْزُقُوهُمْ فِيهَا
وَأَكْسُوهُمْ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا ﴿٥﴾

Terjemahnya :

Dan janganlah kamu serahkan kepada orang yang belum sempurna akalnya, harta (mereka yang ada dalam kekuasaan) kamu yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan. Berilah mereka belanja dan pakaian (dari hasil harta itu) dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang baik⁶⁰.

Pada ayat tersebut dijelaskan bahwa harta tidak boleh diserahkan kepada orang bodoh. Illat larangan tersebut ialah karena orang bodoh tidak cakap dalam mengendalikan harta, orang gila dan anak kecil juga tidak cakap dalam mengelolah harta sehingga orang gila dan anak kecil juga tidak sah melakukan ijab dan kabul.

b. Beragama Islam, syarat ini khusus untuk pembeli saja dalam benda-benda tertentu, misalnya seseorang dilarang menjual hambanya yang beragama Islam sebab besar kemungkinan pembeli tersebut akan merendahkan abid yang beragama Islam, sedangkan Allah melarang orang-orang mukmin memberi jalan kepada orang kafir untuk merendahkan mukmin.

2.2.5.5.1.3 Rukun jual beli yang ketiga ialah benda-benda atau barang yang diperjualbelikan (*ma'kud alaih*). Syarat-syarat benda yang menjadi objek akad ialah sebagai berikut:⁶¹

a. Suci atau mungkin untuk disucikan sehingga tidak sah menjual benda-benda najis seperti anjing, babi, dan yang lainnya.

Menurut riwayat lain dari Nabi dinyatakan “kecuali anjing untuk berburu” boleh diperjualbelikan. Menurut Syafi’iyah, sebab keharaman arak, bangkai, anjing,

⁶⁰Departemen Agama Republik Indonesia, *al-Qur'an dan Terjemahannya*, h. 115.

⁶¹Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, h. 70.

dan babi karena najis, berhala bukan karena najis, karena tidak ada manfaatnya. Menurut Syara', batu berhala jika dipecah-pecah menjadi batu biasa boleh dijual, sebab dapat digunakan untuk membangun gedung atau yang lainnya. Abu Hurairah, Thawus, dan Mujahid berpendapat bahwa kucing haram diperdagangkan alasannya hadis shahih yang melarangnya, jumhur ulama membolehkannya selama kucing tersebut bermanfaat. Larangan dalam hadis shahih dianggap sebagai *tanzih* (*makruh tanzih*).

- a. Memberi manfaat menurut Syara', maka dilarang jual beli benda-benda yang tidak boleh diambil manfaatnya menurut Syara', seperti menjual babi, cicak, dan yang lainnya.
- b. Dapat diserahkan dengan cepat maupun lambat tidaklah sah menjual binatang yang sudah lari dan tidak dapat ditangkap lagi. Barang-barang yang sudah hilang atau barang yang sulit diperoleh kembali karena samar, seperti seekor ikan jatuh ke kolam, tidak diketahui dengan pasti ikan tersebut sebab dalam kolam tersebut terdapat ikan-ikan yang sama.
- c. Milik sendiri, tidaklah sah menjual barang orang lain dengan tidak se-izin pemiliknya atau barang-barang yang baru akan menjadi miliknya.
- d. Diketahui (dilihat), barang yang diperjualbelikan harus dapat diketahui banyaknya, beratnya, takarannya, atau ukuran-ukuran yang lainnya, maka tidaklah sah jual beli yang menimbulkan keraguan salah satu pihak.

Bentuk yang ketiga ini lebih diartikan ijab dan kabul dengan *mubadalah* karena yang diutamakan pertukarannya. Dalam menentukan rukun jual beli, terdapat perbedaan pendapat ulama Hanafiyah dengan jumhur ulama. Rukun jual beli menurut ulama Hanafiyah hanya satu, yaitu *ijab* (ungkapan pembeli dari pembeli. Dan *qabul*

(ungkapan menjual dan penjual). Menurut mereka yang menjadi rukun dalam jual beli itu hanyalah kerelaan (*rida/tara'dhi*) kedua belah pihak untuk melakukan transaksi jual beli. Akan tetapi, jumhur ulama menyatakan bahwa rukun jual beli itu ada empat, yaitu :⁶²

1. Ada orang yang berakad atau *al-muta'qidain* (penjual dan pembeli).
2. Ada *siqhad* (lafal ijab dan qabul).
3. Ada barang yang dibeli.
4. Ada nilai tukar pengganti barang.

2.2.6 Teori Ekonomi Syariah

Ekonomi syariah adalah sebuah sistem ilmu pengetahuan yang menyoroti masalah perekonomian, sama seperti konsep ekonomi konvensional lainnya. Dalam sistem ekonomi ini yaitu nilai-nilai Islam menjadi landasan dan dasar dalam setiap aktivitasnya. Dari pemahaman ekonomi Islam menunjukkan bahwa sistem ekonomi ini bukan hanya ditujukan bagi umat Islam saja, melainkan semua umat manusia dapat berhak untuk menggunakan konsep yang ada dalam sistem ekonomi berbasis ajaran Islam tersebut.⁶³

Sistem ekonomi berdasarkan prinsip syariah tidak hanya merupakan sarana untuk menjaga keseimbangan kehidupan ekonomi, tetapi juga merupakan sarana untuk merealokasi sumber-sumber daya kepada orang-orang yang berhak menurut syariah sehingga dengan demikian tujuan efisiensi ekonomi dan keadilan dapat dicapai secara bersamaan. Selanjutnya, dengan keberhasilan mencapai tujuan

⁶² Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, h. 115.

⁶³ Muhd, <https://serbaekonomi.wordpress.com/2013/11/10/konsep-ekonomi-syariah/>, (25 Oktober 2018).

ekonomi berdasarkan prinsip syariah berarti tercipta lingkungan masyarakat yang sempurna.

Namun tujuan tersebut tidak mungkin dapat terwujud tanpa usaha yang maksimal. Dibutuhkan strategi untuk menstrukturisasi sistem ekonomi secara menyeluruh dengan disertai upaya mereformasi sistem politik, hukum ekonomi dan sosial, dengan melibatkan partisipasi semua warga negara. Hanya dengan demikian manfaat ekonomi berdasarkan prinsip syariah dapat dirasakan dan diraih oleh seluruh lapisan masyarakat.

Perlindungan atas konsumen merupakan hal yang sangat penting dalam hukum Islam. Islam melihat sebuah perlindungan konsumen bukan sebagai hubungan keperdataan semata melainkan menyangkut kepentingan publik secara luas, bahkan menyangkut hubungan antara manusia dengan Allah SWT. dalam konsep hukum Islam perlindungan atas tubuh berkaitan dengan hubungan vertikal manusia dengan Allah dan horizontal yaitu hubungan antar sesama manusia. Dalam Islam melindungi manusia juga masyarakat sudah merupakan kewajiban negara sehingga melindungi konsumen atas barang-barang yang sesuai dengan kaidah Islam harus diperhatikan.⁶⁴

Rimba ketidakpastian yang sangat mempengaruhi langkah-langkah kebijakan ekonomi maka ketentuan-ketentuan hukum berfungsi untuk mengatur dan membatasi berbagai kegiatan ekonomi dengan harapan pembangunan perekonomian tidak mengabaikan hak-hak dan kepentingan masyarakat. Untuk melindungi hak-hak dan kepentingan masyarakat yang umumnya dituangkan dalam bentuk hukum formal bertujuan untuk mewujudkan sasaran dan tujuan yang hendak dicapai dalam pembangunan ekonomi. Sehingga dapat diakui adanya hubungan erat antara ekonomi

⁶⁴Fokky Fuad, <https://uai.ac.id/2011/04/13/opini-ilmiah-hukum/>, (25 Oktober 2018).

dengan hukum sehingga sering disebut pula hukum ekonomi. Hukum ekonomi merupakan keseluruhan kaidah hukum yang mengatur dan mempengaruhi segala sesuatu yang berkaitan dengan kegiatan dan kehidupan perekonomian. Hukum ekonomi ini bersifat lintas sektoral, nasional, interdisipliner dan transnasional.

Konsep kesejahteraan dalam Islam, didasari oleh keyakinan bahwa Allah adalah satu-satunya tujuan, pencipta dan pemilik mutlak (*tauhid*), sedangkan manusia adalah khalifah (pengemban) amanah dari Tuhan yang memberikan keadilan adalah bagi seluruh umat manusia. Syariah menjadi norma yang memberikan jalan dan petunjuk manusia dalam menjalani kehidupannya. Untuk memastikannya, syariah menetapkan tujuan-tujuan yang harus dicapai dalam kerangka menjaga harmoni kehidupan manusia.

Berdasarkan sumber hukum itu, Islam telah memberi pedoman dan aturan yang dapat dijadikan landasan sistem kehidupan yang disebut syariah yang menjadi sumber aturan perilaku yang didalamnya sekaligus mengandung tujuan-tujuan dan strateginya. Tujuan-tujuan itu didasarkan pada konsep-konsep Islam mengenai kesejahteraan manusia (*falah*) dan kehidupan yang baik (*hayatan thayyibah*). Islam menjelaskan bahwa kesejahteraan tidak hanya berkaitan dengan terpenuhinya materi semata-mata, tetapi juga terpenuhinya kebutuhan spiritual.⁶⁵

Sistem ekonomi berdasarkan prinsip syariah tidak hanya merupakan sarana untuk menjaga keseimbangan kehidupan ekonomi, tetapi juga merupakan sarana untuk merealokasi sumber-sumber daya kepada orang-orang yang berhak menurut syariah sehingga dengan demikian tujuan efisiensi ekonomi dan keadilan dapat

⁶⁵Fathurrahman Djamil, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta:Sinar Grafika, 2015), h. 16.

dicapai secara bersamaan. Selanjutnya dengan keberhasilan mencapai tujuan ekonomi berdasarkan prinsip syariah berarti tercipta lingkungan masyarakat yang sempurna.

Secara garis besar sistematika hukum Islam dapat dikelompokkan menjadi tiga, yaitu:

- a. Hukum *i'tiqadiyyah* (aqidah). Hukum ini mengatur hubungan rohaniah manusia dengan Yang Maha Kuasa dalam masalah keimanan dan ketakwaan.
- b. Hukum *khuluqiyah* (akhlak). Hukum ini mengatur hubungan manusia dengan manusia dan makhluk lain dalam hubungan beragama, bermasyarakat, dan bernegara. Tercakup dalam hukum *khuluqiyah* ini adalah hubungan manusia dengan dirinya sendiri yang merupakan tonggak dalam rangka menuju akhlak dengan sesama makhluk.
- c. Hukum *amaliyah* (syariah). Hukum ini mengatur hubungan hidup lahiriyah antara manusia dengan makhluk lain, dengan Tuhan-nya selain bersifat rohani, dan dengan alam sekitarnya.⁶⁶

Tujuan ekonomi Islam adalah *mashlahah* (kemaslahatan) bagi umat manusia. Yaitu dengan mengusahakan segala aktivitas demi tercapainya hal-hal yang berakibat pada adanya kemaslahatan bagi manusia, atau dengan mengusahakan aktivitas secara langsung dapat merealisasikan kemaslahatan itu sendiri. Aktivitas lainnya demi menggapai kemaslahatan adalah dengan menghindarkan diri dari segala hal yang membawa *mafsadah* (kerusakan) bagi manusia.

Menjaga kemaslahatan bisa dengan cara *min haytsu al-wujud* dan *min haytsu al-adam*. Menjaga kemaslahatan dengan cara *min haytsu al-wujud* dengan cara mengusahakan segala bentuk aktivitas dalam ekonomi yang bisa membawa

⁶⁶Fathurrahman Djamil, *Hukum Ekonomi Islam*, h. 16.

kemaslahatan sedangkan menjaga kemaslahatan *min haytsu al-adam* adalah dengan cara memerangi segala hal yang bisa menghambat jalannya kemaslahatan itu sendiri.⁶⁷

Perkembangan ekonomi Islam adalah wujud dari upaya menerjemahkan Islam sebagai *rahmatan lil 'alamin*, Islam memiliki nilai-nilai universal yang mampu masuk ke dalam setiap sendi kehidupan manusia tidak hanya aspek spiritual semata namun turut pula masuk dalam aspek duniawi termasuk di dalamnya aktivitas ekonomi masyarakat.

Dalam pandangan, ilmu pengetahuan adalah suatu cara yang sistematis untuk memecahkan masalah kehidupan manusia yang sistematis yang mendasarkan segala aspek tujuan (*ontologis*), dan nilai-nilai (*aksiologis*) yang terkandung pada ajaran Islam. Ekonomi Islam merupakan cabang ilmu yang mempelajari metode untuk memahami dan memecahkan masalah ekonomi yang didasarkan atas ajaran Islam yang kemudian disebut sebagai pelaku rasional Islam yang akan menjadi dasar pembentukan suatu perekonomian Islam.⁶⁸

2.2.6.1 Karakteristik Ekonomi Islam

2.2.6.1.1 Tujuan

Tujuan akhir ekonomi Islam adalah sebagaimana tujuan dan syariat Islam itu sendiri (*maqashid asy syari'ah*), yaitu mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat (*falah*) melalui suatu tata kehidupan yang baik dan terhormat (*hayyah thaiyyibah*).

⁶⁷Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid al-Syariah*, (Jakarta: Prenamedia Group, 2014), h. 12-13.

⁶⁸M. Nur Rianto Al Arif dan Euis Amalia. *Teori Mikroekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2010), h.43.

Dengan demikian tujuan yang ingin dicapai dalam ekonomi Islam meliputi aspek mikro ataupun makro.

2.2.6.1.1.1 Nilai Ekonomi Islam

Nilai (*value*) merupakan kualitas atau kandungan intinsic yang diharapkan dari suatu perilaku atau keadaan. Nilai ini juga mencerminkan pesan-pesan moral yang dibawa dari suatu kegiatan seperti kejujuran, keadilan, kesantunan dan sebagainya. Nilai-nilai dalam al-Qur'an dan hadis terkait dengan ekonomi sangatlah banyak. Dari berbagai pandangan ekonomi muslim dapat disimpulkan bahwa inti dari nilai ajaran Islam adalah tauhid, yaitu bahwa segala aktivitas manusia di dunia ini, termasuk ekonomi, hanya dalam rangka untuk ditujukan untuk mengikuti satu kaidah hukum, yaitu hukum Allah. Dalam pelaksanaannya, nilai tauhid ini diterjemahkan dalam banyak nilai dan terdapat tiga hal nilai dasar yang menjadi pembeda ekonomi Islam dengan lainnya, yaitu:⁶⁹

2.2.6.1.1.1.1 *Adl*

Adl (keadilan) merupakan nilai paling asasi dalam ajaran Islam karena mengandung makna bahwa dalam setiap aktivitas ekonomi yang dijalankan agar tidak terjadi suatu tindakan yang dapat zalimi orang lain. Konsep adil ini mempunyai dua kontes individual, janganlah dalam aktivitas perekonomiannya ia sampai menyakiti diri sendiri. Adapun dalam kontes sosial, dituntut jangan sampai merugikan orang lain. Oleh karenanya harus terjadi keseimbangan antara individu dan sosial. Adapun dalam kontes sosial, dituntut jangan sampai merugikan orang lain. Oleh karenanya harus terjadi keseimbangan antara individu dan sosial. Hal ini menunjukkan dalam

⁶⁹Sakinah Mustafâ, "Akuntabilitas Pelayanan KPKNL, Parepare dalam Pelelangan Kekayaan Negara (Perpektif Hukum Ekonomi Islam)",(Skripsi Sarjana; Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam; Parepare, 2016)

setiap aktivitas ekonomi yang dilakukan oleh insan beriman haruslah adil, agar tidak ada pihak yang tertindas. Karakter pokok dari nilai keadilan bahawa masyarakat ekonomi haruslah memiliki sifat makmur dalam keadilan dan adil dalam kemakmuran menurut syariat Islam.

2.2.6.1.1.1.2 *Khalifah*

Nilai khalifah secara umum berarti tanggung jawab sebagai pengganti atau utusan Allah di alam semesta.

2.2.6.1.1.1.3 *Takaful*

Islam mengajarkan bahwa seluruh manusia adalah bersaudara. Sesama orang Islam adalah saudara dan belum sempurna iman seseorang sebelum ia mencintai saudaranya melebihi cintanya pada diri sendiri. Hal inilah yang mendorong manusia untuk mewujudkan hubungan yang baik di antara individu dan masyarakat melalui konsep penjaminan oleh masyarakat atau takaful.

2.2.6.1.1.2. Prinsip Ekonomi Islam

Prinsip ekonomi suatu mekanisme atau elemen pokok yang menjadi struktur kelengkapan suatu kegiatan atau keadaan. Berikut prinsip-prinsip yang akan menjadi kaidah-kaidah pokok yang membangun struktur atau kerangka ekonomi Islam:

2.2.6.1.1.2.1 Efisiensi (*Efficiency*)

Perbandingan terbaik antara suatu kegiatan (pengelolaan sumber daya) dengan hasilnya. Suatu kegiatan pengelolaan sumber daya melibatkan lima unsur pokok yaitu keahlian, tenaga, bahan, ruang, dan waktu sedangkan hasil terdiri dari aspek jumlah (kuantitas) dan mutu (kualitas).⁷⁰

⁷⁰Sakinah Mustafā, “Akuntabilitas Pelayanan KPKNL, Parepare dalam Pelelangan Kekayaan Negara (Perpektif Hukum Ekonomi Islam)”,(Skripsi Sarjana; Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam; Parepare, 2016)

2.2.6.1.1.2.2 Kebebasan (*Freedom*)

Manusia diberi kebebasan untuk memilih antara yang benar dan yang salah, yang baik dan yang buruk, yang bermanfaat dan merusak. Islam memberikan kebebasan kepada manusia untuk memiliki sumber daya, mengelolanya dan memanfaatkannya untuk mencapai kesejahteraan hidup.

2.2.6.1.1.2.3 Kerja Sama (*Cooperation*)

Manusia tidak dapat mencapai tujuannya secara sendirian atau bahkan saling menjatuhkan satu sama lainnya. Kerja sama adalah upaya untuk saling mendorong dan menguatkan satu sama lainnya di dalam menggapai tujuan bersama. Oleh karena itu, kerja sama akan menciptakan sinergi untuk lebih menjamin tercapainya tujuan hidup secara harmonis. Islam mengajarkan manusia untuk bekerja sama dalam berusaha untuk mewujudkan kesejahteraan.

2.2.6.1.1.2.4 Persaingan (*Competition*)

Islam mendorong manusia untuk berlomba-lomba dalam hal ketakwaan dan kebaikan. Demikian pula dalam hal muamalah atau ekonomi, manusia didorong untuk saling berlomba dan bersaing, namun tak saling merugikan. Dalam suatu sunnah, dijelaskan bahwa Allah sendirilah yang menetapkan harga dan manusia dilarang menetapkan harga secara sepihak. Islam memberikan kesempatan kepada penjual dan pembeli untuk tawar menawar serta melarang dilakukannya monopoli ataupun bentuk perdagangan yang berpotensi merugikan pihak lain.⁷¹

2.2.6.1.1.2.5 Solidaritas (*Solidarity*)

⁷¹Sakinah Mustafa, "Akuntabilitas Pelayanan KPKNL, Parepare dalam Pelelangan Kekayaan Negara (Perpektif Hukum Ekonomi Islam)", (Skripsi Sarjana; Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam; Parepare, 2016)

Solidaritas mengandung arti persaudaraan dan tolong-menolong. Persaudaraan merupakan dasar untuk memupuk hubungan yang baik sesama anggota masyarakat dalam segala aspek kehidupan, termasuk ekonomi.

2.2.6.1.1.2.6 Informasi yang Simetri (*Symmetric Informtion*)

Kejelasan informasi dalam muamalah atau interaksi sosial merupakan hal mutlak yang harus dipenuhi agar setiap pihak tidak dirugikan. Setiap pihak yang bertransaksi seharusnya memiliki informasi relevan sama sebelum dan saat bertransaksi, baik informasi yang mengenai objek, pelaku transaksi atau akad transaksi. Suatu akad yang didasarkan atas ketidakjelasan informasi atau menyembunyikan informasi sepihak dianggap batal menurut Islam. Dengan kata lain tidak boleh ada sesuatu yang disembunyikan. Lebih jauh lagi, untuk terwujudnya transparansi, maka perlu memberi akses bagi pihak-pihak yang berkepentingan untuk mengetahui berbagai informasi penting yang terkait dalam setiap transaksi.⁷²

Seluruh bentuk kegiatan ekonomi harus dibangun diatas tiga pondasi pertama nilai-nilai keimanan (*tauhid*), kedua nilai-nilai Islam (*syariah*), ketiga nilai-nilai etika (*ihsan*).

2.2.6.2 Bentuk kegiatan ekonomi yang dibangun diatas tiga pondasi

2.2.6.2.1 Nilai-Nilai Keimanan (*Tauhid*)

Fungsi dan wilayah keimanan dalam islam adalah pembersihan dan pembinaan hati atau jiwa manusia. Dengan nilai-nilai keimanan jiwa manusia dibentuk menjadi jiwa yang memiliki sandaran vertikal yang kokoh kepada Sang Khalik untuk tunduk kepada aturan main-Nya dengan penuh kesadaran dan kerelaan.

⁷²Sakinah Mustafā, “Akuntabilitas Pelayanan KPKNL, Parepare dalam Pelelangan Kekayaan Negara (Perpektif Hukum Ekonomi Islam”,(Skripsi Sarjana; Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam; Parepare, 2016)

Pada kondisi demikian, jiwa manusia akan mampu mempertahankan serta menggali fitrah yang diamanahkan pada dirinya dan menempatkan dirinya sebagai hamba Allah. Ketika seluruh kegiatan ekonomi dibangun atas dasar nilai-nilai keimanan maka akan berdampak positif terhadap mental dan pemikiran pelaku ekonomi. Adapun efek positif itu antara lain;⁷³

2.2.6.2.1.1 Memiliki niat yang lurus dan visi misi yang besar

Dengan nilai keimanan, apapun bentuk ekonomi yang dilakukan akan dipandang sebagai bentuk kegiatan ibadah, artinya aktivitas yang diperintahkan dan diridhoi oleh Allah SWT. Pelaku ekonomi akan menempatkan dirinya sebagai ‘*abid* (hamba) dihadapan Allah, sebagaimana diinformasikan dalam Al Quran bahwa setiap manusia pada awal kejadiannya dibangun sebagai ‘*abid* Sang Khalik.

Niat yang lurus dan kuat yang disandarkan kepada Allah SWT dalam bekerja, akan menjadi motivasi dan ruh kekuatan dalam setiap bentuk tindakan dan pengambilan keputusan. Setiap permasalahan tidak akan disikapi dengan emosional, akan tetapi disikapi secara rasional dan diputuskan secara spiritual.

2.2.6.2.1.1 Proses kegiatan usaha yang terukur dan terarah

Nilai-nilai keimanan yang bersemayam dalam setiap pribadi, akan berdampak positif dalam setiap ruang gerak pemikiran dan aktivitas. kegiatan usaha bukan semata-mata diarahkan kepada hasil (*profit oriented*), akan tetapi lebih memperhatikan cara atau proses. Ia akan berusaha menitik beratkan seluruh proses usaha sesuai dengan ketentuan-ketentuan Allah yang dicontohkan oleh rasul-Nya.

2.2.6.2.1.1 Dalam menilai hasil usaha menggunakan dua sudut pandang yaitu *syari’at* (dunia) dan *hakikat* (ukhrawi)

⁷³Muhd, <https://serbaekonomi.wordpress.com/2013/11/10/konsep-ekonomi-syariah/>,(25 Oktober 2018)

Bagi pelaku ekonomi yang menggunakan dua sudut pandang dalam menilai hasil sangat penting, karena dalam dunia usaha untung dan rugi-dalam kaca mata materi pasti terjadi, sehingga ketika hasil usaha dianggap rugi sekalipun ia masih punya harapan besar dan panjang karena masih ada keuntungan yang bersifat ukhrawi.

2.2.6.2.2 Nilai-Nilai Islam (*Syariah*)

Fungsi syariah dalam agama untuk mengatur dan memelihara aspek-aspek lahiriyah umat manusia khususnya, baik yang berkaitan dengan individu, sosial dan lingkungan alam, sehingga terwujud keselarasan dan keharmonisan. Bagian kehidupan manusia yang diatur oleh syariat adalah aspek ekonomi. Al-quran dan as-sunah sebagai sumber dalam ajaran islam banyak memuat prinsip-prinsip mendasar dalam melakukan tindakan ekonomi baik secara eksplisit maupun implisit. Diantara prinsip itu adalah sebagai berikut;⁷⁴

2.2.6.2.2.1 *Ta'awun* (saling membantu)

Manusia adalah makhluk sosial, dalam segala aktivitasnya tidak bisa menampilkan orang lain termasuk dalam berbagai bentuk kegiatan ekonomi. Dalam pandangan Islam kegiatan ekonomi termasuk bagian *al-bar* (kebaikan) dan ibadah, sehingga dalam pelaksanaannya diperintahkan untuk bertaawun (saling menolong).

Ketika *ta'awun* dijadikan landasan dalam berekonomi pelaku bisnis akan terhindar dari sikap-sikap yang merugikan orang lain termasuk sikap monopoli. Seorang produsen ia akan menjaga kualitas produksinya untuk membantu orang lain yang tidak mampu memproduksi, seorang pedagang punya tujuan membantu pembeli yang membutuhkan barang tertentu. Sehingga penjual tadi akan memberikan hak-hak

⁷⁴Muhd, <https://serbaekonomi.wordpress.com/2013/11/10/konsep-ekonomi-syariah/>,(25 Oktober 2018)

bagi pembeli, penjual jasa bertujuan membantu orang yang membutuhkan jasanya, sehingga ia akan meningkatkan pelayanannya dan sebagainya.

2.2.6.2.2.2 Keadilan

Adil dalam pandangan islam tidak diartikan sama rata, akan tetapi pengertiannya adalah menempatkan sesuatu sesuai dengan proporsinya atau hak-haknya. Sikap adil sangat diperlukan dalam setiap tindakan termasuk dalam tindakan berekonomi. dengan sikap adil setiap orang yang terlibat dalam kegiatan ekonomi akan memberikan dan mendapatkan hak-haknya dengan benar. Dalam menentukan honor, harga, persentase, ukuran, timbangan dan kerugian akan tepat dan terhindar dari sifat *dzulmun (aniaya)*. Al-Quran memerintahkan setiap tindakan harus didasari dengan sikap adil, karena bentuk keadilan akan mendekatkan kepada ketaqwaan sebagaimana firman Allah SWT dalam Q S. al-Maidah/5: 8

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا كُوْنُوْا قَوَّٰمِيْنَ لِلّٰهِ شُهَدَآءَ بِالْقِسْطِ ۗ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلٰٓى اَلَّا تَعْدِلُوْٓا اَعْدِلُوْٓا هُوَ اَقْرَبُ لِلتَّقْوٰى وَاتَّقُوا اللّٰهَ ۗ اِنَّ اللّٰهَ خَبِيْرٌۢ بِمَا تَعْمَلُوْنَ ﴿٨﴾

Terjemahnya:

Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu Jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk Berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Mengetahui apa yang kamu kerjakan.⁷⁵

2.2.6.2.2.3 Logis dan rasional tidak emosional

Islam adalah ajaran rasional dan senantiasa mengajak kepada umat manusia untuk memberdayakan potensi akal dalam mempelajari ayat-ayat Allah, baik ayat quraniyah maupun kauniyah. Dalam konteks ushul fiqh syariat diturunkan oleh al-

⁷⁵Departemen Agama Republik Indonesia, *al-Qur'an dan Terjemahnya*, h. 108

Hakim hanya bagi makhluk yang berakal. Dalam beberapa ayat sering disindir orang yang tidak memproduktifkan akal sehatnya, termasuk dalam tindakan ekonomi, setiap kegiatan ekonomi harus bersipat logis dan rasional tidak berdasarkan emosional semata. sebagai contoh, ketika ingin membangun lembaga keuangan islam di sebuah daerah jangan dilihat hanya penduduknya yang mayoritas muslim akan tetapi harus diperhatikan bagaimana kegiatan usaha, apa saja transaksi-transaksi yang terjadi, dan bagaimana mekanisme pasar yang ada.

2.2.6.2.2.4 Professional

Seorang muslim diperintahkan oleh Allah untuk bertindak dan berperilaku sebagaimana berperilakunya Allah. Ada beberapa tindakan Allah yang perlu dicontoh, seperti, memanagemen jagat raya dengan planning yang tepat, ketelitian dan perhitungan yang akurat. Bagi muslim dalam berekonomi tentu harus punya managemen yang kokoh, planning yang terarah, tindakan dan perhitungan ekonomi yang cermat dan akurat yang semua itu menjadi indicator pada propesionalime ekonomi

2.2.6.2.3 Nilai-Nilai Etika (*Ihsan*).

Fungsi ihsan dalam agama sebagai alat control dan evaluasi terhadap bentuk-bentuk kegiatan ibadah, sehingga aktivitas manusia akan lebih terarah dan maju. Fungsi tersebut selaras dengan definisinya sendiri yaitu, ketika engkau beribadah kepada Allah seolah-olah engkau melihat-Nya, apabila engkau tidak mampu melihat-Nya maka sesungguhnya Allah melihat (mengontrol) engkau. Ketika tindakan ekonomi didasari dengan ihsan maka akan melahirkan sifat-sifat positif dan produktif sebagai berikut;⁷⁶

⁷⁶Muhd, <https://serbaekonomi.wordpress.com/2013/11/10/konsep-ekonomi-syariah/>,(25 Oktober 2018)

2.2.6.2.3.1 Amanah (jujur)

Amanah dalam bahasa arab berdekatan dengan makna iman (percaya) dan berasal dari akar kata yang sama yaitu aman. Sifat ini muncul dari penghayatan ihsan. Bagi pelaku ekonomi yang memiliki sifat amanah akan mengakui dengan penuh kesadaran bahwa seluruh komponen ekonomi; pikiran, tenaga, harta, dan segalanya adalah milik dan titipan Allah, sehingga dalam menjalani aktivitas usaha akan berhati-hati dan waspada serta terhindar dari sipat ceroboh dan sombong karena pemilik perusahaan itu adalah Allah SWT.

2.2.6.2.3.2 Sabar

Sabar diartikan sebagai sikap tangguh dalam menghadapi seluruh persoalan kehidupan termasuk dalam berekonomi. Sifat ini muncul dari proses panjang aktivitas ibadah yang senantiasa diawasi dan dievaluasi oleh Allah. Dalam seluruh proses tindakan usaha tidak akan lepas dari kendala dan problem, maka kesabaran mutlak dibutuhkan. Dengan sifat ini sebesar apapun problem usaha akan disikapi dengan pikiran-pikiran positif dan hati yang jernih. Adapun efek positif dari sifat sabar, antara lain: segala kendala usaha dinilai sebagai pembelajaran untuk meningkatkan etos kerja, akan siap menghadapi berbagai bentuk kendala usaha dan tidak menghindarinya, akan mampu mengklasifikasi kendala dan menempatkannya sehingga akan mendapatkan solusi yang tepat.

2.2.6.2.3.3 Tawakal

Tawakal berasal dari bahasa arab yang akar katanya berasal dari *wakala* yang mengandung arti *wakil*. Maka tawakal diartikan sikap mewakilkan atau menyerahkan penuh segala hasil usaha kepada Allah SWT. Sikap tersebut muncul dari nilai-nilai ihsan. Islam tidak melarang pelaku bisnis mendapatkan keuntungan dalam usahanya.

Akan tetapi hasil usaha yang dilakukan oleh seseorang masih bersifat relative, bisa untung atau rugi. Bagi pelaku usaha yang menyerahkan segala hasil kepada Allah tidak punya beban mental yang berlebihan dan ketika hasilnya untung tidak akan lupa diri dan apabila rugi tidak akan pesimis dan putus asa.

2.2.6.2.3.4 Qanaah

Qanaah dalam berekonomi diartikan sebagai sikap efisiensi dan sederhana dalam tindakan usaha. Sikap ini terbentuk dari interaksi yang kuat antara hamba dengan sang khalik. Efisiensi dalam seluruh tindakan ekonomi sangat penting untuk mengurangi dan menekan beban pembiayaan usaha, sehingga jika usaha yang dilakukan itu bidang produksi maka akan menghasilkan produk yang murah. Demikian pula sikap qanaah terhadap hasil berupa keuntungan ia akan membelanjakan harta yang dimilikinya sesuai dengan kebutuhan pokok terhindar dari sikap boros dan mubadzir.

2.2.6.2.3.5 Wara

Wara dalam berekonomi diartikan sikap berhati-hati dalam seluruh tindakan ekonomi. Sikap ini tumbuh dari kesadaran penuh terhadap pengawasan Allah yang sangat ketat dan teliti. Kehati-hatian sangat dibutuhkan oleh para pelaku usaha, mulai dari membuat planning, operasional dan mengontrol usaha dan akan menjauhkan pelaku bisnis dari sikap ceroboh. Ketiga prinsip dasar ekonomi ini tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya; akan tetapi harus terintegrasi pada setiap diri pelaku ekonomi. Ketika hal ini terwujud maka akan tercipta pelaku bisnis profesional yang shaleh dan tatanan ekonomi yang mapan, sehat, kondusif dan produktif.⁷⁷

⁷⁷Muhd, <https://serbaekonomi.wordpress.com/2013/11/10/konsep-ekonomi-syariah/>, (25 Oktober 2018)

2.3 Tinjauan Konseptual

Penelitian ini berjudul “*Implementasi UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Relasi Terhadap Pelaku Usaha Jual Beli Motor Bekas di Parepare)*”.

2.3.1 Implementasi

Implementasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah pelaksanaan atau penerapan.⁷⁸ Suatu proses untuk memastikan terlaksananya suatu kebijakan dan tercapainya kebijakan tersebut.

2.3.2 UU No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

2.3.3 Perlindungan Konsumen

Perlindungan adalah tempat berlindung atau memperlindungi.⁷⁹ Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen, yang dimaksud perlindungan konsumen disini ialah perlindungan kepada konsumen terhadap pembelian motor bekas oleh pemerintah yang dituangkan dalam UU No. 8 tahun 1999.

2.3.4 Pelaku usaha adalah persetujuan atau rivalitas antara pelaku bisnis yang secara independen berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa yang baik pula.⁸⁰

⁷⁸Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa Edisi Ke Empat* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum, 2008), h. 529.

⁷⁹Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa Edisi Ke Empat*, h. 672.

⁸⁰Muhamad Yasin. “*Analisis Strategi Bauran Pemasaran Produk Madu As-Syifa Kopontren Al-Musyaffa’ Kecamatan Ngampel Kabupaten Kendal*”, <http://eprints.walisongo.ac.id/6513/3/BAB%20II.pdf> (Diakses pada tanggal 30 Maret 2018)

2.3.5 Jual beli menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah persetujuan saling mengikat antara penjual, pihak yang menyerahkan barang dan pembeli sebagai pihak yang membayar harga barang yang dijual.⁸¹

2.3.6 Ekonomi Syariah adalah ilmu ekonomi yang berdasarkan nilai-nilai atau ajaran Islam. Dalam defenisi lain, ekonomi Islam merupakan ilmu yang mempelajari perilaku ekonomi manusia yang perilakunya diatur berdasarkan aturan agama Islam dan didasari dengan tauhid sebagaimana dirangkum dalam rukun iman dan rukun Islam.⁸²

Uraian diatas dapat penulis simpulkan bahwa, yang dimaksud judul dari penelitian ini adalah bagaimana pengimplementasian terhadap UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Relasi Terhadap Pelaku Usaha Jual Beli Motor Bekas di Parepare).

2.4 Karangka Pikir

Implementasi merupakan salah satu tahap dalam proses kebijakan publik. Biasanya implementasi dilaksanakan setelah sebuah kebijakan dirumuskan dengan tujuan yang jelas. Implementasi adalah suatu rangkaian aktivitas dalam rangka menghantarkan kebijakan kepada masyarakat sehingga kebijakan tersebut dapat membawa hasil sebagaimana yang diharapkan.⁸³

Rangkaian kegiatan tersebut mencakup persiapan seperangkat peraturan lanjutan yang merupakan interpretasi dari kebijakan tersebut. Misalnya dari sebuah

⁸¹Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa Edisi Ke Empat*, h. 589.

⁸²Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, h. 181.

⁸³ Afan Gaffar, *Otonomi Daerah dalam Negara Kesatuan (Cet. VI: Yogyakarta: Pustaka Pelajar Kedasama, 2009)*, h 295.

undang-undang muncul sejumlah peraturan pemerintah, keputusan presiden, maupun peraturan daerah, menyiapkan sumber daya keuangan, dan siapa yang bertanggung jawab melaksanakan kebijakan tersebut, dan bagaimana mengantarkan kebijakan secara kongkrit ke masyarakat.

Undang-undang perlindungan konsumen dibuat untuk melindungi kepentingan konsumen, namun dalam undang-undang ini pun hak dan kewajiban pelaku usaha juga dijelaskan agar salah satu pihak tidak merasa di kesampingkan guna terciptanya sebuah perilaku ekonomi pasar yang seimbang. Pelaku usaha diharapkan mampu menjaga hak konsumen salah satunya dengan memperhatikan barang-barang yang dijual, kualitas barang harus sesuai dengan harga.

Oleh karena itu UU No.8 tahun 1999 mengatur hal tersebut agar masyarakat mengetahui haknya, dan dapat menuntut kepada pelaku usaha jika terjadi kerugian oleh konsumen akibat motor bekas yang dibelinya, dalam hal ini yang terpenting adalah peran pemerintah yang harus dapat mengaplikasikan UU tersebut, agar baik pelaku usaha maupun konsumen sama sekali tidak akan bersentuhan dengan hal yang telah jelas bahwa itu itu dilarang.

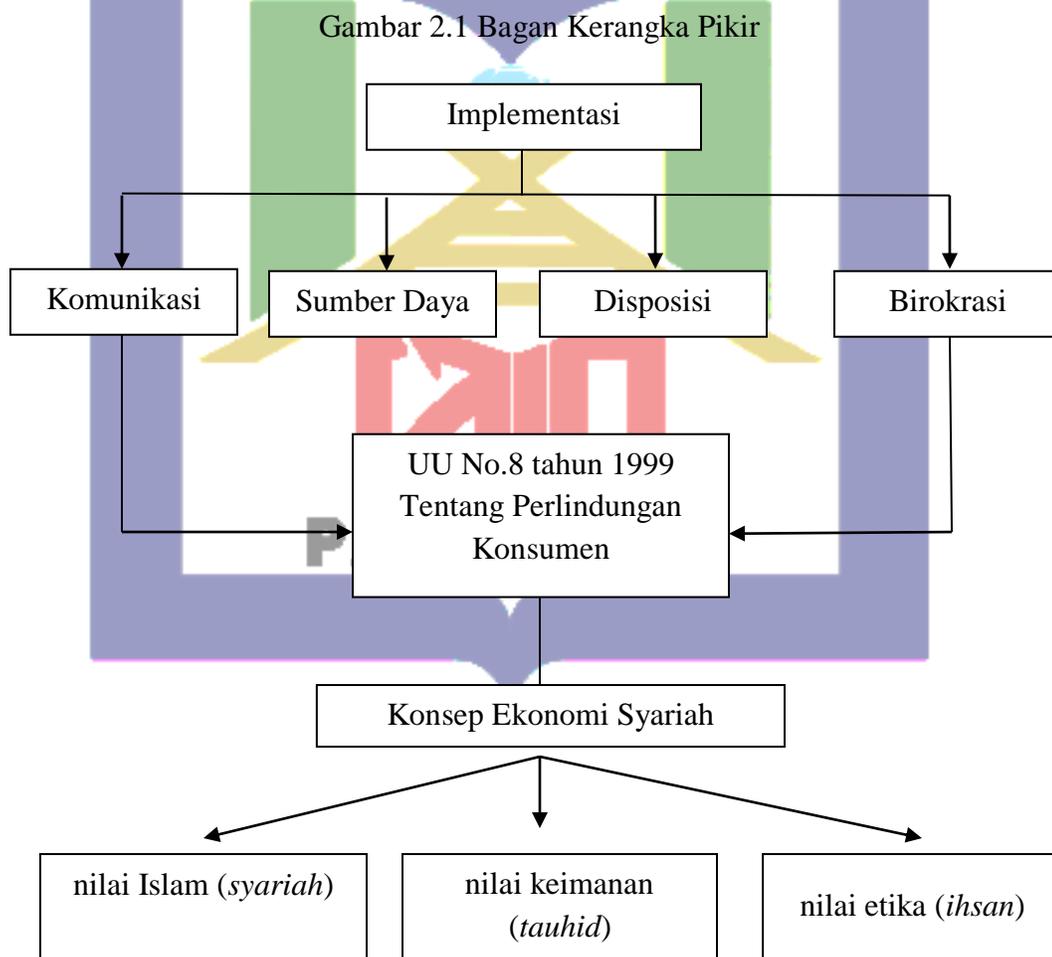
Dalam pandangan George Edwards III, implementasi kebijakan dipengaruhi oleh empat variabel yang saling berhubungan satu sama lain yaitu

1. Komunikasi yang menjadi tujuan dan sasaran kebijakan itu harus ditransmisikan kepada kelompok sasaran agar diketahui secara jelas;
2. Sumber daya yang menjadi faktor penting untuk implementasi kebijakan agar efektif yakni sumber daya manusia/finansial;
3. Disposisi yaitu watak dan karakteristik implementor

4. Birokrasi, yaitu struktur organisasi yang bertugas mengimplementasikan kebijakan dan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap implementasi kebijakan.

Melalui empat variabel tersebut sehingga UU No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dapat diimplementasikan, dan sesuai dengan konsep ekonomi syariah yang terdiri dari nilai-nilai keimanan, nilai-nilai Islam, dan nilai-nilai etika untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai penelitian ini, maka penulis membuat suatu bagan kerangka pikir sebagai berikut.

2.4.1 Bagan Kerangka Pikir



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah jenis penelitian *field research* (penelitian lapangan) yaitu penelitian yang mengumpulkan datanya dilakukan di lapangan. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dan pendekatan yang digunakan adalah Yuridis Empiris.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi penelitian

Lokasi penelitian yang akan dijadikan sebagai tempat pelaksanaan penelitian adalah berlokasi di kantor Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) kota Parepare, tempat penjualan motor bekas yaitu di Jl. Jend. Ahmad Yani dan Jln. Abu Bakar Lambogo kota Parepare, Jl. Kebun Sayur dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) kota Parepare.

3.2.1 Waktu Penelitian

Kegiatan penelitian ini dilakukan dalam waktu kurang lebih \pm 2 bulan lamanya disesuaikan dengan kebutuhan penelitian.

3.3 Fokus Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Implementasi UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Relasi Terhadap Pelaku Usaha Jual Beli Motor Bekas di Parepare).

Mengkaji tentang bagaimana pengimplementasian UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Relasi Terhadap Pelaku Usaha Jual Beli Motor Bekas di Parepare).

3.4 Sumber Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan sumber-sumber data, untuk mendapatkan data yang penulis gunakan sebagai berikut:

3.4.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari wawancara dan jawaban-jawaban yang diberikan oleh para informan dari kantor Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) kota Parepare, pelaku usaha jual beli motor bekas kota Parepare, dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) kota Parepare. tentang bagaimana Implementasi UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Relasi Terhadap Pelaku Usaha Jual Beli Motor Bekas di Parepare).

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari lembaga atau institusi tertentu. Dalam data sekunder biasanya berwujud dokumentasi atau data lapangan yang telah tersedia.⁸⁴ Seperti profil desa yang mencakup letak geografis, luas wilayah, keadaan demografi maupun komposisi penduduk. tentunya data-data yang mendukung penelitian yang sedang dilakukan.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Observasi

⁸⁴Nasution, *Metode Research*, (Cet. IX; Jakarta, Bumi Aksara: 2007), h. 143.

Observasi dapat dilakukan sebagai “pengamatan langsung dan pencatatan dengan sistematis atas peristiwa-peristiwa yang akan diteliti” dalam pengertian yang lain teknik observasi adalah cara menganalisis dan mengadakan pencatatan secara sistematis mengenai tingkah laku dengan melihat atau mengamati secara langsung keadaan lapangan agar peneliti memperoleh gambaran yang lebih luas tentang permasalahan yang diteliti.

Observasi atau survey lapangan dilakukan dengan tujuan untuk mengkaji Hipotesis dengan cara mempelajari dan memahami tingkah laku hukum masyarakat yang dapat diamati dengan mata kepala.

3.5.2 Wawancara

“Wawancara merupakan alat dalam mendapatkan informasi dengan cara mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan untuk dijawab secara lisan pula”.⁸⁵ Dalam teknik wawancara, pewawancara (*interviewer*) mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*interviewee*) untuk memberikan jawaban.

Teknik wawancara ini dilakukan oleh peneliti dengan cara berdialog langsung kepada informan mengenai apa yang diteliti. Teknik pengumpulan data melalui tanya jawab tentang berbagai masalah yang terkait dengan penelitian. Dengan menggunakan metode wawancara ini diharapkan penulis mendapatkan informasi yang akurat.

3.5.3 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu cara pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, sehingga

⁸⁵Sukarsi, *Metodologi Penelitian Pendidikan* (Cet, XIII; Jakarta: Rineka Cipta. 2009), h. 165.

akan diperoleh data yang lengkap dan sah dan bukan berdasarkan perkiraan.⁸⁶ Data-data yang dikumpulkan dengan teknik dokumentasi cenderung merupakan data sekunder, sedangkan data-data yang dikumpulkan dengan teknik observasi, wawancara dan angket cenderung merupakan data primer atau data yang langsung didapat dari pihak pertama.⁸⁷

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori dan satuan uraian dasar, sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja, seperti yang disarankan oleh data.

Menurut Patton Moleong analisis adalah proses mengatur urutan data mengorganisasikannya kedalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar. Patton membedakannya dengan penafsiran, yaitu memberi arti yang signifikan terhadap analisis, menjelaskan uraian dan mencari hubungan diantara dimensi-dimensi uraian.⁸⁸

Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, merupakan metode analisis data yang dengan cara menggambarkan keadaan atau status fenomena dengan kata-kata atau kalimat-kalimat kemudian dipisahkan menurut kategori untuk memperoleh kesimpulan.

⁸⁶Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT Rineka Cipta,2008), h. 158.

⁸⁷Husain Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Cet.I; Jakarta : BumiAksara, 2008), h. 69.

⁸⁸ Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Rosda Karya, 2006), h. 248.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1 Sejarah Kota Parepare

Kota Parepare merupakan salah satu daerah di Sulawesi Selatan yang memiliki posisi strategis karena terletak pada jalur perlintasan transportasi darat maupun laut, baik arah Utara-Selatan maupun Timur-Barat, dengan luas 99,33 km². Terdiri atas 4 (empat) kecamatan dan 22 (dua puluh dua) kelurahan, dan didasarkan pada pelantikan dan pengambilan sumpah walikota pertama H. Andi Mannaungi, pada tanggal 17 februari 1960, maka dengan keputusan dewan perwakilan rakyat daerah nomor 3 tahun 1970, ditetapkan hari kelahiran kota Parepare pada tanggal 17 Februari 1960. Secara administrasi kot Parepare memiliki batas-batas wilayah sebagai berikut :

4.1.1.1 Sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Pinrang

4.1.1.2 Sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Sidenreng Rappang

4.1.1.3 Sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Barru, dan

4.1.1.4 Sebelah Barat berbatasan dengan Selat Makassar

Kota Parepare adalah ibukota daerah tingkat II Parepare dan merupakan salah satu kota dan dua kota di Provinsi Sulawesi Selatan sesudah kotamadya daerah tingkat II Makassar, telah ditetapkan sebagai pusat wilayah pengembangan dan pusat pelayanan bagian tengah Sulawesi Selatan yang meliputi kabupaten Dati II Barru, Sidrap, Pinrang, dan Enrekang.

Kota Parepare dahulu adalah semak belukar yang diselang-selingi oleh lubang-lubang tanah yang agak miring sebagai tempat yang pada keseluruhan

tumbuh secara liat tidak teratur mulai dari utara (cappagalung) hingga ke jurusan selatan. Kemudian dengan melalui proses perkembangan sejarah sedemikian rupa daratan itu dinamai Kota Parepare, Parepare berasal dari bahasa bugis makassar bajik nipare artinya baik untuk dibuat atau baik dibentuk maksudnya baik dibentuk menjadi suatu kediaman.

Pada zaman Hindia Belanda, di Kota Parepare, berkedudukan seorang Asisten *Residen* dan seorang *Controlur* atau *Gezag Hebber* sebagai pimpinan pemerintahan (Hindia Belanda) dengan status wilayah pemerintahan yang dinamakan Ameiling Parepare yang meliputi :

- a. *Onderafdeljng* Barru;
- b. *Onderafdeljng* Sienreng Rappang;
- c. *Onderafdeljng* Enrekang;
- d. *Onderafdeljng* Pinrang dan;
- e. *Onderafdeljng* Parepare

Setiap wilayah/*Onderafdeljng*, berkedudukan *Controlur* atau *Gezag Hebber*, disamping adanya aparat pemerintahan Hindia Belanda tersebut, maka struktur pemerintahan Hindia Belanda tersebut dibantu pula oleh aparat pemerintah Raja Bugis, yaitu Arung Barru di Barru, Addatuang Sidenreng di Sidenreng Rappang, Arung Enrekang di Enrekang, Addatuang Sawitto di Pinrang, sedangkan di Parepare berkedudukan Arung Mallusetasi. Struktur pemerintahan ini berjalan hingga pecahnya perang dunia ke II yaitu pada saat terhapusnya pemerintahan Hindia Belanda sekitar tahun 1942, pada zaman Jepang tahun 1942-1945 struktur pemerintahan tidak mengalami perubahan kecuali istilah jabatan yang tadinya pada pemerintahan Hindia Belanda pimpinan pemerintahan bergelar *Asisten Residen*

maka pada zaman Jepang disesuaikan dalam bahasa Jepang menjadi *Ken Kanrikan* dan *Controlur* menjadi *bunken kanrikan*.

Pada zaman kemerdekaan Indonesia tahun 1945 struktur organisasi pemerintahan disesuaikan dengan Undang-Undang No. 1 tahun 1945 (Komite Nasional Indonesia) dan selanjutnya Undang-Undang No. 2 tahun 1948 dimana struktur pemerintahannya juga mengalami perubahan, yaitu di daerah hanya ada kepala daerah atau Kepala Pemerintah Negeri (KPN) dan tidak ada lagi semacam *Asisten Residen* atau *Ken Kanrikan*.

Jumlah penduduk Kota Parepare setiap tahun mengalami peningkatan, baik yang disebabkan oleh adanya pertumbuhan penduduk Kota Parepare sendiri maupun migrasi dari daerah sekitar Kota Parepare. Pada dasarnya tingkat perkembangan jumlah penduduk, dapat digunakan untuk mengestimasi perkiraan jumlah penduduk dimasa yang akan datang. Prediksi jumlah penduduk dimasa yang akan datang dilakukan dengan pendekatan matematis dengan pertimbangan jumlah penduduk 5 tahun terakhir.

Data jumlah penduduk Kota Parepare 5 tahun terakhir menunjukkan jumlah penduduk pada Tahun 2006 sebanyak 115.169 jiwa, yang terdiri dari 56.883 jiwa laki-laki serta 58.286 jiwa perempuan, dan 27.464 kepala keluarga (KK) dan mengalami peningkatan menjadi 129.013 jiwa pada tahun 2010 yang terdiri dari 63.241 jiwa laki-laki serta 65.772 jiwa perempuan, dan 28.879 kepala keluarga (KK) dimana setiap keluarga rata-rata memiliki anggota keluarga sebanyak 4 sampai 5 orang. Hal tersebut memperlihatkan adanya perkembangan penduduk selama kurun waktu 5 tahun terakhir, dengan rata-rata pertumbuhan 2,88 % pertahun.⁸⁹

⁸⁹ psp.nawasis.info/.../DRAF_BPS_Bab%20II%20Buku%20Putih_PAREPARE.pdf. (29 Oktober 2018).

4.2 Bentuk Pelaksanaan Kegiatan Pelaku Usaha dalam Melakukan Jual Beli Motor Bekas di Parepare.

Usaha berdagang ada yang namanya proses transaksi jual beli yang dilakukan setiap pedagang seperti yang dilakukan oleh pelaku usaha jual beli motor bekas, maka dari itu peneliti ingin mengetahui proses transaksi jual beli yang dilakukan oleh pelaku usaha jual beli motor bekas.

Sebelum menganalisis proses jual beli motor bekas di Kota Parepare. Sekilas tentang ketentuan jual beli. Rukun jual beli adalah segala sesuatu yang harus ada untuk mewujudkan hukum jual beli, yaitu berupa adanya penjual dan pembeli itu sendiri, sighat dari kedua belah pihak penjual maupun dan adanya barang yang menjadi objek jual beli (*ma'qud alaih*) dan ada nilai tukar pengganti barang.⁹⁰

Mengenai adanya orang yang melakukan akad (*aqidain*) yaitu penjual dan pembeli pada praktik atau kegiatan jual beli motor bekas di kota Parepare ini tidak ada masalah pula karena pelaku akad yakni penjual dan pembeli tetap ada. Setiap akad harus memenuhi rukun dan syarat sahnya. Rukun akad yang dimaksud adalah unsur yang harus ada dan merupakan esensi dalam setiap kontrak. Keinginan kedua belah pihak itu hal yang tidak nampak atau tersembunyi, maka harus diungkapkan dengan *shigat* atau *ijab qabul*. Menurut sebagian ulama, *ijab* adalah ungkapan yang pertama muncul dari salah satu pihak akad yang menunjukkan keinginan untuk melakukan akad, terlepas dari pihak manapun yang memulainya, baik pembeli atau penjual. Sedangkan *qabul* adalah ungkapan yang kedua muncul dari pihak lain yang dilakukan setelah *ijab* yang menunjukkan terhadap pihak lain tersebut. Maka pihak

⁹⁰Nasrun Harun, Fiqh Muamalah, h.115

yang memulai berkeinginan untuk bertransaksi itu adalah *mujib* (pelaku *Ijab*), sedangkan pihak lain yang menyetujuinya adalah *qabil*.

Menurut sebagian ulama yang lain, dalam akad jual beli, jika yang memulai adalah penjual maka itu *ijab*. Tapi jika yang memulai adalah pembeli maka itu disebut juga *ijab*. Begitu pula kaidah ini berlaku untuk akad yang lain. Jika sudah terjadi *ijab qabil* sesuai dengan syarat-syarat sahnya, maka akad dan kesepakatan antara kedua pihak sudah terjadi dan setiap pihak teikat dengan hak-hak dan kewajiban yang disepakati dalam akad.⁹¹ Rukun yang harus terpenuhi lagi yaitu benda-benda atau barang yang diperjualbelikan (*ma'kud alaih*) syarat-syarat benda yang menjadi objek akad ialah sebagai berikut:⁹²

1. Suci
2. Memberi manfaat untuk syara'
3. Dapat diserahkan langsung
4. Milik sendiri
5. Barangnya diketahui

Barang harus merupakan sesuatu yang menurut hukum Islam sah dijadikan objek akad, yaitu harta yang dimiliki serta halal dimanfaatkan (*mutaqawwam*). Syarat ini disepakati oleh seluruh ulama dan berlaku dalam akad *mu'awadhat* (bisnis) dan akad *tabarru'at* (sosial). Oleh karena itu, setiap barang yang tidak dianggap harta bernilai atau harta yang dibolehkan syara' seperti bangkai atau yang tidak boleh dimanfaatkan, seperti *khamr* itu tidak boleh menjadi objek akad.⁹³

⁹¹Oni Sahroni dan Hasanuddin, *Fikih Muamalah Dinamika Teori Akad dan Implementasinya dalam Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016). h. 27.

⁹²Nasrun Harun, *Fiqh Muamalah*, h. 70.

⁹³Oni Sahroni dan Hasanuddin, *Fikih Muamalah Dinamika Teori Akad dan Implementasinya dalam Ekonomi Syariah*, h. 37.

Kebersihan barang yang dijual atau kesuciannya merupakan syarat penting namun ini tidak masalah. Karena barang yang diperjualbelikan adalah berupa kendaraan sehingga tidak tergolong dalam benda-benda najis atau benda-benda yang diharamkan seperti *khamr*, bangkai, dan lain-lain. Dengan demikian dari segi syarat terhadap barang-barang yang diperjualbelikan haruslah bersih suci, telah terpenuhi dan tidak ada masalah.

Terkait dengan syarat terhadap barang yang diperjualbelikan harus dapat dimanfaatkan. Kendaraan merupakan barang yang dapat dimanfaatkan karena dengan kendaraan atau motor bagi masyarakat, kecepatan atau ketepatan waktu merupakan hal yang sangat penting. Jarak tempuh perjalanan yang sebelumnya memerlukan tenaga dan waktu banyak kini dapat teratasi dengan bantuan kendaraan bermotor.

Selain syarat diatas, syarat yang harus terpenuhi lagi yaitu barang yang dijadikan objek jual beli yaitu milik pengusaha jual beli motor tersebut. Hak terhadap sesuatu menunjukkan kepemilikan. Dengan demikian mengenai kepemilikan tidak ada masalah.

Syarat lain adalah mampu menyerahkan. Maksudnya keadaan barang haruslah dapat diserahterimakan. Jual beli motor bekas dapat diserahkan secara langsung kepada pembeli dan barang tersebut juga ada. Sehingga dalam hal ini tidak ada masalah.

Objek akad harus dapat diserahkan ketika terjadi kontrak namun tidak berarti harus dapat diserahkan seketika. Barang yang tidak bisa diserahterimakan itu tidak boleh menjadi objek transaksi, walaupun barang tersebut dimiliki penjual. Seluruh ulama sepakat bahwa syarat ini berlaku dalam akad *mu'awadhah*, dan menurut mayoritas ulama, syarat ini juga berlaku dalam akad *tabarru'at*, kecuali malikiyah

yang membolehkan harta yang diinfakkan itu tidak bisa diserahterimakan. Menurut mereka, karena karakter akad ini adalah sosial (*ihsan*), dan jika barang itu tidak jadi diinfakkan, maka tidak akan merugikan pihak lain.⁹⁴

Syarat objek jual beli yang harus terpenuhi lagi adalah dapat diketahui maksudnya adalah cukup dengan mengetahui harga. Akan tetapi ada pula ulama yang mensyaratkan harus mengerti baik kualitas maupun kuantitasnya secara detail. Etika pemasaran dalam konteks harga jual perlu diperhatikan oleh para pedagang atau pembisnis, agar mereka tidak semena-mena menetapkan harga sesuai dengan keinginan mereka demi mendapatkan keuntungan yang berlipat ganda. Dalam etika bisnis Islam, kita dianjurkan untuk menetapkan harga sesuai dengan kemampuan daya beli masyarakat dengan keuntungan yang layak, dan hendaknya dalam menetapkan harga harus tetap memperhatikan biaya produksi dari barang yang diperdagangkan sehingga tidak mengalami kerugian. Di samping itu, sebaiknya harga yang ditetapkan tersebut mampu menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen atau masyarakat untuk membeli barang yang diperdagangkan. Adapun mengenai penetapan harga atas penjual belian motor bekas sebagaimana yang dikatakan oleh pelaku usaha jual beli motor bekas Parepare:

Adapun hasil wawancara dari beberapa pelaku usaha jual beli motor bekas bahwa:

Ketika saya menjual motor, sudah pasti ada penjual dan pembelinya, kemudian setelah pembeli melihat-lihat kendaraan dan menanyakan harga kemudian sudah ada yang cocok menurutnya saya mengecek ulang kendaraan tersebut kemudian menjelaskan hal-hal penting kepada pembeli dan memperlihatkan kelengkapan surat-surat motor itu jika sudah disetujui saya melakukan perjanjian dan sesuai kesepakatan saya dengan dia.⁹⁵

⁹⁴Oni Sahroni dan Hasanuddin, *Fikih Muamalah Dinamika Teori Akad dan Implementasinya dalam Ekonomi Syariah*, h. 37-38.

⁹⁵Sugiarto, Selaku Pelaku Usaha Jual Beli Motor Bekas di Kota Parepare, wawancara, 18 Oktober 2018.

Data hasil penelitian merupakan data yang diperoleh oleh lapangan, yang mana data tersebut diperoleh dengan wawancara kepada pihak-pihak yang berkaitan langsung dengan penelitian yang sedang dilakukan diantaranya pelaku usaha atau penjual dan para konsumen atau pembeli motor bekas. Untuk mendapatkan bagaimana bentuk pelaksanaan kegiatan pelaku usaha dalam melakukan jual beli motor bekas di Parepare, peneliti mendapatkan beberapa hasil wawancara terhadap narasumber utama dan beberapa pembeli.

Adapun hasil wawancara dari beberapa pelaku usaha jual beli motor bekas bahwa:

Proses penjual belian motor bekas yang dilakukan sesuai dengan kesepakatan bersama oleh pihak penjual dan pembeli. Saya membuka usaha jual beli motor bekas sejak tahun 2013, dalam sehari tidak tertentu berapa jumlah motor yang terjual. Kami disini juga menyediakan cash atau kredit yaitu tergantung permintaan konsumen, kami dengan senang hati melayaninya. Saya sebagai pelaku usaha penjual motor bekas pertama-tama yang harus saya perhatikan yaitu bagaimana kondisi motor, melihat kekurangan-kekurangannya baik itu mengenai mesinnya atau kelengkapan berkasnya kemudian memberikan harga motor kepada konsumen sesuai kualitas dengan harganya begitupun ketika saya juga melakukan pembelian motor bekas. Setelah itu ketika ada konsumen atau pembeli yang ingin membeli kemudian saya menjelaskan beberapa kekurangan-kekurang sesuai pengetahuan saya mengenai motor tersebut.⁹⁶

Hal ini dikatakan pula oleh pelaku usaha lainnya yang mengatakan bahwa :

Saat membeli motor perhatikan dokumen kendaraan dan periksalah keasliannya yaitu STNK dan BPKB (Buku Kepemilikan Kendaraan bermotor). Jika anda ragu maka bisa meminta informasi ke kepolisian. Cocokkan warna yang ada pada STNK seperti warna kendaraan, nomor mesin, nomor rangka dan tahun pembuatan dengan kondisi fisik kendaraan. Perhatikan tahun pembuatan kendaraan dan perhatikan angka yang ada di *speedmometer*, wajar atau ada kejanggalan. Hindari kendaraan yang masih menjadi jaminan kredit pada pihak ketiga. Jangan hanya memperhatikan kemulusan fisik kendaraan saja namun lakukan pengecekan untuk mesinnya. Jika awam maka datanglah dengan teman yang mengetahui banyak tentang mesin.⁹⁷

⁹⁶Firman Rahman, Selaku Pelaku Usaha Jual Beli Motor Bekas di Parepare, wawancara, 18 Oktober 2018.

⁹⁷H. Ramli, Selaku Pelaku Usaha Jual Beli Motor Bekas di Parepare, wawancara, 18 Oktober 2018

Jadi, maksud dari hasil wawancara di atas yaitu para pelaku usaha melakukan jual beli dengan menjelaskan informasi yang mereka ketahui tentang berbagai aspek dari suatu barang atau produk penjualannya. Karena kelengkapan suatu informasi merupakan daya tarik dan kelebihan suatu barang atau produk menjadi faktor yang sangat menentukan bagi konsumen untuk menentukan pilihannya. Oleh karena itu, informasi merupakan hal pokok yang dibutuhkan oleh setiap konsumen. Dalam hukum perlindungan konsumen juga membahas mengenai informasi yang harus jelas, jujur, dan adanya tanggung jawab.

Dalam pandangan al-Qur'an transaksi bisnis sebagaimana dalam sisi kehidupan yang lain, tanggung jawab individual adalah sangat penting. Setiap individu adalah bertanggung jawab terhadap semua bentuk transaksi yang dilakukan. Tak ada seorang pun yang memiliki *previlige* tertentu atau imunitas untuk menghadapi konsekuensi apa yang dilakukan. Dalam prinsip al-Qur'an ini ada semacam alat pencegah terhadap terjadinya tindakan yang bertanggung jawab. Setiap orang akan dimintai pertanggung jawabannya baik di dunia maupun di akhirat.

Saya sebagai pelaku usaha menjual kendaraan bertanggung jawab atas transaksi yang saya lakukan kepada pembeli baik itu melalui cash atau kredit, jadi ketika ada permasalahan maka saya yang harus bertanggung jawab atas hal tersebut baik itu adanya kekurangan bahkan ketidakadilan yang dialami oleh konsumen, jadi kami sebagai pelaku usaha harus jujur kepada konsumen kita ini harus menghindari kekurangan bahkan kebohongan karena ini akibatnya merugikan saya sendiri apabila konsumen banyak yang melakukan komplain kepada saya bahkan para konsumen kita harus menjaga kepercayaannya.⁹⁸

Sebagai tambahan dari yang telah disebutkan di atas. Al-Qur'an juga telah menyediakan institusi-institusi yang bisa memberikan perlindungan terhadap adanya malapraktek dan ketidakadilan dalam kontrak.⁹⁹

⁹⁸Sugiarto, Selaku Pelaku Usaha Jual Beli Motor Bekas di Parepare, wawancara, 18 Oktober 2018.

⁹⁹Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2001), h.106-107.

Tidak diragukan bahwasanya ketidakjujuran, adalah bentuk kecurangan yang paling jelek. Orang yang tidak jujur akan selalu berusaha melakukan penipuan pada orang lain, kapan dan dimana saja kesempatan itu terbuka bagi dirinya.

عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ – قَالَ آيَةُ الْمُنَافِقِ ثَلَاثٌ إِذَا حَدَّثَ كَذَبَ ، وَإِذَا وَعَدَ أَخْلَفَ ، وَإِذَا أُؤْتِمِنَ خَانَ

“Rasulullah Shallallahu ‘Alaihi wa Sallam, menyatakan bahwasanya ketidakjujuran adalah salah satu dari tanda-tanda sifat orang munafik. Rasulullah bersabda: tiga tanda orang munafik adalah jika dia bicara dia selalu berdusta, dan jika dia berjanji, maka dia akan selalu mengingkari dan jika dia diberi amanat maka dia akan berkhianat.” (HR. Bukhari)¹⁰⁰

Al-Qur’an dengan keras menentang kebohongan. Tuntutan palsu, tuduhan yang tidak berdasar, dan kesaksian palsu sangat dikutuk dan dilarang dengan tegas. Al-Qur’an mengutuk para pembohong dan pendusta . Rasulullah SAW. sebagaimana yang disebutkan diatas menggambarkan bahwa dusta adalah salah satu tanda dari tiga orang munafik. Dusta kapan dan dimanapun sangatlah berbahaya. Dalam bidang bisnis, dampaknya akan sangat terasa dan tidak mungkin untuk diabaikan. Statemen yang salah dalam perdagangan bukan hanya akan membahayakan konsumen, namun juga akan mendatangkan bahaya yang demikian berat bagi para prosuder dan para pedagang.

Kebijaksanaan al-Qur’an dalam menerapkan hukum mengandung beberapa prinsip sebagai berikut:

1. Memberikan kemudahan dan tidak menyulitkan
2. Menyedikitkan tuntutan
3. Bertahap dengan menerapkan hukum

¹⁰⁰Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis dalam Islam*, h.138.

4. Sejalan dengan kemaslahatan manusia¹⁰¹

Kepercayaan atas produk dan realibilitas pada para pedagangnya memainkan peranan kunci dalam usaha mengokohkan dan mengembangkan sebuah bisnis. Rasulullah dalam sebuah hadisnya memperingatkan dengan keras:

“Dua orang yang melakukan transaksi memiliki opsi, tatkala keduanya masih berada ditempat. Jika mereka jujur dan memberikan gambaran (yang jelas tentang barang yang didagangkan) maka transaksi yang mereka lakukan akan mendapat berkah, namun jika mereka menyembunyikan cacat yang ada maka transaksi mereka akan jauh dari rahmat.” (HR. Bukhari dan Muslim).¹⁰²

Bahkan lebih dari itu, al-Qur'an juga mengutuk cara-cara mencampuradukkan antara yang hak dan yang bathil dan menyembunyikan yang hak. Rasulullah SAW telah melarang semua bentuk penipuan transaksi. Penipuan atau kecurangan mungkin berbeda bentuk dan modelnya dari satu transaksi ke transaksi lain, dan ajaran Islam bermaksud untuk melakukan pencegahan orang-orang yang terlibat transaksi untuk tercebur dalam penipuan dan kecurangan. Memberitahukan cacat yang ada di dalam barang, sebagaimana merupakan prinsip penting dalam etika bisnis yang dengan demikian pembeli tidak tekecoh dengan membeli barang itu karena ketidaktahuannya. Dengan demikian maka jelas bahwasanya menyembunyikan aib barang adalah haram.¹⁰³ Hal ini dikatakan pula oleh pelaku usaha bahwa:

Kendaraan bekas pasti ada beberapa kekurangannya berbeda dengan motor baru mungkin motor bekas ada kerusakan-kerusakan didalam motor tersebut baik itu seperti mesinnya atau lainnya jadi kami harus teliti memperhatikan bahkan mengecek kendaraan sebelum dijual.¹⁰⁴

¹⁰¹Kadir, *Hukum Bisnis Syariah dalam al-Qur'an*, (Jakarta: Prakata, 2015), h. 101.

¹⁰² Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis dalam Islam*, h.138.

¹⁰³ Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis dalam Islam*, h.139

¹⁰⁴ Firman Rahman, Selaku Pelaku Usaha Jual Beli Motor Bekas di Parepare, wawancara, 18 Oktober 2018.

Adapun hasil wawancara dari konsumen mengatakan bahwa:

Saya membeli motor bekas kepada salah satu pelaku usaha, sebelumnya saya singgah dulu di beberapa penjual motor bekas dengan melihat-lihat kondisi motor kemudian menanyakan juga harga-harga setiap motor, dari beberapa penjual yah pasti berbeda-beda pelayanannya kepada pembeli. Kemudian kita sebagai pembeli dijelaskan mengenai kondisi motor dan surat-suratnya serta harganya. Selama beberapa tahun saya menggunakan motor tersebut yah bagus tergantung pemakaian pemiliknya dan bagaimana cara merawatnya.¹⁰⁵

Kegiatan ekonomi dalam usaha jual beli motor bekas tidak selamanya mendapatkan respon baik dari masyarakat karena hasil pembeliannya berbeda-beda. Dari beberapa hasil wawancara yang dilakukan adapun kesimpulan mengenai bentuk kegiatan jual beli motor bekas di Parepare yaitu rukun jual beli sudah sesuai karena terdapat, penjual, pembeli, perjanjian antara keduanya (*ijab dan qabul*), ada barang yang dibeli dan ada nilai tukar pengganti barang. Kemudian mengenai syarat barang yang diperjualbelikan sudah jelas. Kendaraan yang diperjual belikan tersebut merupakan kendaraan bekas jadi para pelaku usaha memberikan informasi yang lengkap dan benar atas barang tersebut.

4.3 Pengawasan Pelaku Usaha Jual Beli Motor Bekas di Parepare

Lembaga yang melakukan penerapan terhadap undang-undang tersebut khususnya pengawasan yakni dari lingkup pemerintah dan non pemerintah, kedua lembaga inilah yang bekerja sama dalam menjalankan penerapan Undang-Undang tersebut. Untuk lingkup pemerintah yaitu Disperindag sendiri ada seksi pengawas disebut dengan PPBJ, perlindungan konsumen diseksi ini ada beberapa SDM yang terdiri dari tiga orang untuk PPNS-PK dan lima orang dari PPBJ. Dalam hal ini strukturnya sendiri telah terbentuk ada kepala dinas, kepala bidang, dan staf. Untuk lingkup non pemerintah yaitu LPKSM telah terbentuk strukturnya masing-masing.

¹⁰⁵Fitrayani, Selaku Konsumen, wawancara 19 Oktober 2018.

UUPK sudah dari dulu diterapkan yaitu sejak tahun 1999 dari dasar itu kita melakukan pengawasan pembinaan dengan apa yang sudah diundang-undangkan misalnya dengan undang-undang itu ada tercantum mengenai pengawasan, penjelasan mengenai BPSK. Bagaimana caranya jika masyarakat merasa dirugikan, dimana harus mengadu semuanya ada dalam undang-undang tersebut, serta cara pengawasan semua ada di dalam jadi jika implementasi itu sudah dari awal sampai sekarang kita sudah melakukan sesuai dengan apa yang dijelaskan dari undang-undang tersebut.¹⁰⁶

Pengawasan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen pasal 30.

1. Pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen serta penerapan ketentuan peraturan perundang-undangan diselenggarakan oleh pemerintah, masyarakat, dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat.
2. Pengawasan oleh pemerintah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan oleh Menteri dan /atau menteri teknis terkait.
3. Pengawasan oleh masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dilakukan terhadap barang atau jasa yang beredar di pasar.
4. Apabila hasil pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (3) ternyata menyimpang dari peraturan perundang-undangan yang berlaku dan membahayakan konsumen, menteri atau menteri teknis mengambil tindakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
5. Hasil pengawasan yang diselenggarakan masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dapat disebarluaskan kepada masyarakat dan dapat disampaikan kepada menteri atau menteri teknis.
6. Ketentuan pelaksanaan tugas pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), ayat (2), ayat (3) ditetapkan dengan Peraturan Pemerintah.¹⁰⁷

Adapun hasil wawancara dari bahwa Ketua LSM Merah Putih Kota Parepare:

Sesuai penjelasan yang ada di dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) tahun 1999, bahwa faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen adalah tingkat kesadaran konsumen akan haknya masih rendah terutama disebabkan oleh rendahnya pendidikan konsumen. Oleh karena itu UUPK dimaksudkan untuk menjadi landasan hukum yang kuat bagi pemerintah dan LPKSM untuk melakukan upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen.¹⁰⁸

¹⁰⁶Asia Amin. ST, Kepala Seksi Pemberdayaan Konsumen, wawancara, 22 Oktober 2018.

¹⁰⁷Republik Indonesia, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, bab VII, pasal 30

¹⁰⁸Drs. Rahmat Patajangi, Ketua LSM Merah Putih Kota Parepare, wawancara, 29 Oktober 2018.

Maksud dari hasil wawancara diatas yaitu perlu ditingkatkannya kesadaran terhadap konsumen akan haknya, dengan adanya Undang-Undang Perlindungan Konsumen sehingga menjadi landasan bagi Pemerintah, Disperindag, dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat untuk melakukan pembinaan, pengawasan dan sosialisasi kepada masyarakat.

4.1.1 Pengawasan yang dilakukan bertujuan untuk :

- 4.1.1.1 meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- 4.1.1.2 mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan jasa
- 4.1.1.3 meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen
- 4.1.1.4 menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi
- 4.1.1.5 menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga menumbuhkan sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha
- 4.1.1.6 meningkatkan kualitas barang dan jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

4.1.2 Mekanisme Pengawasan yang dilakukan adalah:

- 4.1.2.1 pengaduan dari masyarakat
- 4.1.2.2 sampling melalui pembelian
- 4.1.2.3 pengamatan kasat mata (label)

4.1.2.4 uji lab, standar, spesifikasi

4.1.2.5 publikasikan atau projustisia (proses penyidikan)

Sosialisasi kemasyarakatan dilakukan dalam bentuk penyuluhan, ataupun dalam bentuk pertemuan secara tidak langsung, informasi yang disampaikan jika dilakukan secara tidak langsung kepada pedagang maka akan disampaikan kepada masyarakat dari mulut kemulut, hal ini yang dilakukan oleh pihak perdagangan maupun lembaga perlindungan konsumen lainnya.

Dari sini kami sebagai pegawai kantor dinas perdagangan itu opsinya kita harus melakukan pengawasan baik itu terhadap jasa atau barang, melakukan kegiatan untuk semua hal-hal yang memberikan edukasi kepada masyarakat dan kita di Parepare adanya Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).¹⁰⁹

Kepada masyarakat yang melanggar maka yang dilakukan adalah teguran kemudian barang yang tidak layak edar tersebut ditarik dari pasaran, kepada pelaku usaha akan terus diawasi secara berkala dan jika setelah diberikan teguran masih melakukan pelanggaran akan dikenai sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jika terjadi permasalahan antara pelaku usaha dan konsumen yaitu perlunya membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen dengan melakukan yaitu langsung mengadu kepada pelaku usaha, melalui lembaga konsumen swadaya masyarakat (LPKSM), Direktorat perlindungan konsumen, Badan penyelesaian sengketa konsumen (BPSK), Pengadilan Negeri.¹¹⁰

Pengawasan dari pembinaan yang dilakukan kepada pelaku usaha jual beli motor bekas di Parepare saya katakan tidak pernah menurut pernyataan Sugiarto dan beberapa pelaku usaha lainnya yang mengatakan :

¹⁰⁹Asia Amin. ST, Kepala Seksi Pemberdayaan Konsumen, wawancara, 22 Oktober 2018.

¹¹⁰Drs. Rahmat Patajangi, Ketua LSM Merah Putih Kota Parepare, wawancara, 29 Oktober 2018.

Semenjak saya melakukan jual beli motor bekas belum pernah ada pengawasan dari beberapa lembaga-lembaga lainnya.¹¹¹

Untuk dapat menjamin suatu penyelenggaraan perlindungan konsumen, maka pemerintah menuangkan Perlindungan Konsumen dalam suatu produk hukum. Hal ini penting karena hanya hukum yang memiliki kekuatan untuk memaksa pelaku usaha untuk menaatinya, dan juga hukum memiliki sanksi yang tegas. Mengingat dampak penting yang akan ditimbulkan akibat tindakan pelaku usaha yang sewenang-wenang dan hanya mengutamakan keuntungan dari bisnisnya sendiri, maka pemerintah memiliki kewajiban untuk melindungi konsumen yang posisinya memang lemah, disamping ketentuan hukum yang melindungi kepentingan konsumen belum memadai.¹¹²

Penyeimbangan daya tawar konsumen terhadap pelaku usaha, sejalan dengan sikap jujur dan bertanggung jawab dari pelaku usaha. Sangatlah penting, karena berbagai praktik niaga yang tidak jujur dan mengabaikan tanggung jawab, merupakan pengalaman umum di mana saja.

UU No. 8 Tahun 1999, menegaskannya sebagai salah satu upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen itu antara lain adalah dengan meningkatkan harkat dan martabat konsumen dan menumbuhkembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab.

Perlindungan konsumen itu apa yang dinamakan kita selalu berusaha melakukan pencegahan jangan sampai terjadi korban, atau jangan sampai ada namanya dirugikan oleh masyarakat. Yang kita harus lakukan yaitu dengan memberikan mereka pengetahuan, edukasi melalui sosialisasi. Konsumen juga harus cerdas dan harus tau karena konsumen sebenarnya dilindungi oleh

¹¹¹Sugiarto, Pelaku Usaha Jual beli Motor Bekas di Parepare, wawancara, 18 Oktober 2018.

¹¹²Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*, (Jakarta: Kencana, 2008) h. 1-2.

Undang-Undang , jadi konsumen punya Undang-undang sendiri dan juga sebagai masyarakat atau konsumen harus tau bagaimana cara melindungi dirinya dengan membeli barang yang baik sebelum membeli perhatikan dulu keadaan barang tersebut, masa kadaluwarsanya, apakah masih layak pakai, apakah ada BPOM, tidak mengandung bahan-bahan berbahaya, atau itu barang yang dilarang baik itu larangan dalam sisi agama.¹¹³

Hal ini dikatakan pula oleh Ketua LSM Merah Putih Kota Parepare bahwa :

Sebagaimana diketahui bahwa hak-hak konsumen antara lain adalah hak kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang atau jasa, hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa dan hak untuk diterimanya dalam transaksi jual beli bagi pelaku usaha yang tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Hak-hak konsumen dijamin oleh undang-undang untuk menuntut penggantian barang atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, pengembalian uang, biaya perawatan kesehatan atau pemberian bantuan.¹¹⁴

Belum optimalnya pelaksanaan perlindungan konsumen dan pengawasan barang beredar. Banyaknya barang dan jasa yang ada di Kota Parepare sangat memungkinkan adanya barang kadaluarsa yang tidak layak konsumsi diperjualbelikan.

Kriteria dari barang beredar yang diawasi adalah menyangkut aspek keselamatan, keamanan, kesehatan dan lingkungan (K3L) serta *moral Hazard*; Barang beredar tersebut dikonsumsi dan/atau digunakan oleh masyarakat luas; Produk barang beredar sudah memiliki SNI (wajib dan sukarela) atau persyaratan teknis lainnya; Barang beredar yang sudah ada laboratorium pengujian yang telah di akreditasi dan atau ditunjuk serta sering terjadinya insiden pemalsuan/penipuan (kadar, purna jual, label, dan sebagainya).

Sedangkan untuk kriteria jasa yang diawasi menyangkut aspek K3L serta *moral hazard*; Jasa tersebut dimanfaatkan dan atau dapat mempengaruhi masyarakat

¹¹³Asia Amin. ST, Kepala Seksi Pemberdayaan Konsumen, wawancara, 22 Oktober 2018.

¹¹⁴Drs. Rahmat Patajangi, Ketua LSM Merah Putih Kota Parepare, wawancara, 29 Oktober 2018.

banyak; Jasa yang sudah ditetapkan standar atau aturan teknis pelayanannya, klausula baku serta yang terakhir adalah sering terjadinya penipuan dalam layanan jasa Dinas Perindagkop dan UKM melaksanakan monitoring dan pengawasan untuk menekan jumlah barang beredar dan jasa yang tidak mematuhi aturan yang berlaku. Selain itu melalui BPSK diupayakan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen yang merasa dirugikan akibat barang dan jasa yang ada di Kota Parepare.¹¹⁵

Dari semua yang penulis telah jelaskan diatas bahwa para aparat-aparat yang ikut serta dalam penerapan Undang-Undang Perlindungan Konsumen melakukan pengawasan dengan cara yang telah dijelaskan diatas namun mengenai pengawasan terhadap pelaku usaha jual beli motor bekas belum pernah diadakan.

4.4 Implementasi UU No. 8 Tahun 1999 Berdasarkan Konsep Ekonomi Syariah

4.4.1 Komunikasi

Menjawab pertanyaan pada rumusan masalah penulis serta menguraikan maksud dari bagan kerangka pikir, penulis sepenuhnya menjelaskan pembahasan yang diambil dari hasil wawancara kepada pihak kantor Disperindag Parepare.

Mengenai perlindungan konsumen kita selalu berusaha melakukan pencegahan jangan sampai terjadi korban, atau jangan sampai ada yang namanya dirugikan oleh masyarakat. Yang kita harus lakukan yaitu dengan memberikan mereka pengetahuan, edukasi melalui sosialisasi kepada masyarakat.¹¹⁶

Keterangan diatas dapat peneliti simpulkan bahwa pegawai kantor Disperindag Parepare dalam hal ini Ibu Asia Amin. ST, memahami komunikasi dalam teori implementasi. Komunikasi yang merupakan bentuk sarana sosialisasi

¹¹⁵<https://pareparekota.go.id/wp-content/uploads/.../Renstra-Perindag-2013-2018..pdf> (29 Oktober 2018)

¹¹⁶Asia Amin. ST, Kepala Seksi Pemberdayaan Konsumen, wawancara, 22 Oktober 2018.

kebijakan yang diterapkan pemerintah kepada masyarakat melalui sosialisasi secara langsung kepada masyarakat. Tetapi jika terkhusus kepada pengusaha di bidang jual beli motor bekas belum pernah diadakan.

Selama ini saya sebagai pelaku usaha belum pernah melaksanakan sosialisasi tersebut.¹¹⁷

Wawancara penulis kepada salah satu pelaku usaha jual beli motor bekas di Parepare mengatakan belum pernah ada sosialisasi yang dilaksanakan.

4.4.2 Ketersediaan Sumber Daya

“Sebagai pegawai kantor Disperindag kami semua ini memiliki ketersediaan sumber daya karena dari lingkup pemerintah yaitu terdapat Pengawas Perdagangan Barang dan Jasa (PPBJ), Penyidik Pegawai Negeri Sipil Perlindungan Konsumen (PPNS-PK), dan juga terdapat dari lingkup non pemerintah yaitu Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM), dan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK)”.¹¹⁸

Sebagai salah satu sumber daya yang dimiliki organisasi, sumber daya manusia (SDM) merupakan sumber daya yang terpenting untuk pencapaian sasaran organisasi. Peran SDM bagi organisasi tidak hanya dilihat dari hasil produktivitas kerjanya tetapi juga dapat dilihat dari kualitas kerja yang dihasilkan dan kemampuan untuk memanfaatkan secara tepat sumber daya lainnya untuk kepentingan organisasi. Bahkan lebih jauh lagi kalau dilihat secara makro keunggulan suatu bangsa sangat ditentukan oleh kemampuan daya saing SDM-nya bukan lagi ditentukan oleh sumber daya alam yang dimiliki. Peningkatan kualitas SDM merupakan salah satu upaya meningkatkan pelayanan kepada semua pihak.¹¹⁹

Maksud dari Ibu Asia Amin. ST mengenai ketersediaan sumber daya dapat penulis jelaskan bahwa sumber daya untuk menerapkan kebijakan tersebut tidak

¹¹⁷Sugiarto, Pelaku Usaha Jual Beli Motor Bekas di Parepare, wawancara, 18 Oktober 2018.

¹¹⁸Asia Amin. ST, Kepala Seksi Pemberdayaan Konsumen, wawancara, 22 Oktober 2018.

¹¹⁹Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Renstra-Perindag-2013-2018..pdf, 28 Oktober 2018.

terbatas karena terdapat dari lingkup pemerintah maupun nonpemerintah sehingga ini sangat berpengaruh terhadap instansi dan sangat penting. Mengingat bahwa tujuan dari instansi dapat dicapai dengan adanya sumberdaya manusia yang dapat diandalkan.

4.4.3 Disposisi atau (sikap dan komitmen)

Agar kebijakan tersebut menjadi efektif dimana yang paling perlu adalah kejujuran dan komitmen harus diperkuat oleh seluruh jajaran demi menjalankan kebijakan sesuai dengan apa yang diinginkan.¹²⁰

Pegawai dalam menjalankan tugas memerlukan bantuan pelaksanaan etika dalam manajemen setiap kegiatannya. Etika manajemen merupakan bagian dari tanggung jawab sebuah perusahaan atau lembaga yang nantinya perlu diwujudkan dalam masa-masa mendatang. Ada beberapa hal yang dapat dilakukan sebagai upaya dalam mendorong pelaksanaan etika dalam manajemen, beberapa hal yang dapat dilakukan diantaranya adalah pelatihan etika, advokasi etika, standar aturan mengenai etika perusahaan, dan keterlibatan masyarakat dalam mengontrol etika bisnis.¹²¹

Sikap dan komitmen khususnya pegawai yang ada di Kantor Disperindag Parepare tergantung pada pegawainya. Karena pegawai tersebut yang menjadi penentu dalam aktivitas sebuah organisasi atau instansi dengan memperhatikan komitmen baik secara keseluruhan dan sikap pekerja terhadap penerimaan dan dukungan atas kebijakan atau dukungan yang telah ditetapkan.

4.4.4 Struktur Birokrasi

Di kantor Disperindag Parepare ini sudah jelas struktur organisasinya serta tugas pokok dan fungsinya masing-masing.¹²²

¹²⁰Asia Amin. ST, Kepala Seksi Pemberdayaan Konsumen, wawancara, 22 Oktober 2018.

¹²¹Erni Tisnawati Sule dan Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: Kencana, 2005), h. 89.

¹²²Asia Amin. ST, Kepala Seksi Pemberdayaan Konsumen, wawancara, 22 Oktober 2018.

Berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 3 Tahun 2010 tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Parepare Nomor 8 tahun 2008 tentang Organisasi dan Tata Kerja Dinas Daerah, susunan organisasi Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UKM terdiri atas :

4.4.4.1 Kepala Dinas,

Mempunyai tugas pokok merumuskan kebijakan pemerintah di bidang perindustrian, perdagangan, koperasi, usaha kecil dan menengah.

Kepala Dinas mempunyai fungsi i) perumusan kebijakan teknis dalam bidang perindustrian, perdagangan, koperasi, usaha mikro kecil dan menengah; ii) penyelenggaraan pemerintah daerah dalam bidang perindustrian, perdagangan, koperasi, usaha kecil dan menengah; iii) pembinaan, pengawasan dan pengendalian dalam bidang perindustrian, perdagangan, koperasi, usaha mikro kecil dan menengah; iv) pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Walikota sesuai tugas pokok dan fungsi.

4.4.4.2 Sekretaris

Mempunyai tugas pokok menyelenggarakan pelaksanaan kegiatan ketatausahaan melalui administrasi umum, kepegawaian, surat menyurat, penyusunan program kegiatan dan pelaporan.

Sekretaris mempunyai fungsi : i) perumusan kebijakan teknis administrasi umum, kepegawaian, keuangan, perencanaan, evaluasi dan pelaporan; ii) pemberian dukungan atas penyelenggaraan urusan administrasi umum, kepegawaian, perencanaan dan pengelolaan keuangan dan aset; iii) pembinaan, pengkoordinasian, pengendalian, pengawasan program dan kegiatan lingkup Dinas Perindustrian,

Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah; iv) pelaksanaan tugas lain yang diberikan pimpinan sesuai dengan tugas pokok dan fungsi.

Untuk kelancaran pelaksanaan tugas dan fungsi kesekretariatan, sekretaris dibantu oleh 3 (tiga) Kepala Sub Bagian terdiri dari :

- a. Sub Bagian Administrasi Umum dan Kepegawaian;
- b. Sub Bagian Perencanaan dan Keuangan;
- c. Sub Bagian Evaluasi dan Pelaporan.

4.4.4.3 Kepala Bidang Perindustrian

Mempunyai tugas pokok melaksanakan urusan pemerintahan bidang perindustrian dalam rangka pembinaan dan pengembangan industri agar tercipta iklim usaha yang kondusif.

Kepala Bidang Perindustrian mempunyai fungsi : i) penyusunan dan pelaksanaan program dan kegiatan bidang; ii) pembinaan, pengkoordinasian, pengendalian dan pengawasan program dan kegiatan dalam ingkup bidang; iii) pelaksanaan evaluasi program dan kegiatan dalam lingkup bidang; iv) pelaksanaan tugas lain yang diberikan pimpinan sesuai tugas pokok dan fungsi.

Untuk kelancaran pelaksanaan tugas dan fungsi Bidang Perindustrian, Kepala Bidang Perindustrian membawahi 2 (dua) Seksi terdiri dari :

- a. Seksi Industri Agro Kimia dan Hasil Hutan;
- b. Seksi Industri Mesin Elektronika dan Aneka.

4.4.4.4 Kepala Bidang Perdagangan

Mempunyai tugas pokok melaksanakan kegiatan pembinaan, pengembangan dan pengawasan perdagangan barang dan jasa baik perdagangan dalam negeri maupun luar negeri.

Kepala Bidang Perdagangan mempunyai fungsi : i) penyusunan dan pelaksanaan program dan kegiatan bidang; ii) pembinaan, pengkoordinasian, pengendalian dan pengawasan program dan kegiatan dalam lingkup bidang; iii) pelaksanaan evaluasi program dan kegiatan dalam lingkup bidang; iv) pelaksanaan tugas lain yang diberikan pimpinan sesuai tugas pokok dan fungsi. Untuk kelancaran pelaksanaan tugas dan fungsi Bidang Perdagangan, Kepala Bidang Perdagangan membawahi 2 (dua) Seksi terdiri dari :

- a. Seksi Pendaftaran Usaha dan Perlindungan Konsumen;
- b. Seksi Bina Perdagangan dan Kemetrolgian.

4.4.4.5 Bidang Koperasi

Mempunyai tugas pokok melaksanakan perumusan kebijaksanaan teknis dan pembinaan di bidang koperasi.

Kepala Bidang Koperasi mempunyai fungsi : i) penyusunan dan pelaksanaan program dan kegiatan bidang; ii) pembinaan, pengkoordinasian, pengendalian dan pengawasan program dan kegiatan dalam lingkup bidang; iii) pelaksanaan evaluasi program dan kegiatan dalam lingkup bidang; iv) pelaksanaan tugas lain yang diberikan pimpinan sesuai tugas pokok dan fungsi.

Untuk kelancaran pelaksanaan tugas dan fungsi Bidang Koperasi, Kepala Bidang Koperasi membawahi 2 (dua) Seksi terdiri dari :

- a. Seksi Kelembagaan dan Fasilitasi Pembiayaan;
- b. Seksi Bina Usaha Koperasi.

4.4.4.6 Kepala Bidang Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Mempunyai tugas pokok merumuskan kebijakan teknis penyelenggaraan urusan pemerintah di bidang usaha mikro kecil dan menengah.

Kepala Bidang Usaha Mikro Kecil dan Menengah mempunyai fungsi : i) penyusunan dan pelaksanaan program dan kegiatan bidang; ii) pembinaan, pengkoordinasian, pengendalian dan pengawasan program dan kegiatan dalam lingkup bidang; iii) pelaksanaan evaluasi program dan kegiatan dalam lingkup bidang; iv) pelaksanaan tugas lain yang diberikan pimpinan sesuai tugas pokok dan fungsi.

Untuk kelancaran pelaksanaan tugas dan fungsi Bidang Usaha Mikro Kecil dan Menengah, Kepala Bidang Usaha Mikro Kecil dan Menengah membawahi 2 (dua) Seksi terdiri dari:

- a. Seksi Pembiayaan UMKM;
- b. Seksi Promosi dan Pemberdayaan UMKM.

4.4.4.7 Kepala UPTD Pengelola Pasar

Mempunyai tugas pokok membantu Kepala Dinas dalam hal memimpin, mengkoordinasikan, mengawasi dan mengendalikan pengelolaan kawasan pasar.

Kepala UPTD Pengelola Pasar mempunyai fungsi : i) perumusan kebijakan teknis bidang pengelolaan pasar dan pengelolaan parkir; ii) pemberian dukungan atas penyelenggaraan bidang perdagangan; iii) pembinaan dan pelaksanaan tugas pengelolaan pasar; iv) pelaksanaan tugas lain yang diberikan pimpinan sesuai tugas pokok dan fungsi.

4.4.4.8 Kepala Sub Bagian Tata Usaha

Mempunyai tugas pokok melaksanakan, mengelola urusan ketatusahaan yang meliputi urusan surat menyurat, administrasi kepegawaian, perlengkapan, keuangan dan urusan rumah tangga serta memberikan pelayanan administrasi.

Kepala Sub Bagian Tata Usaha mempunyai fungsi : i) perumusan kebijakan teknis administrasi umum, kepegawaian, keuangan, perencanaan dan evaluasi serta pelaporan; ii) pemberian dukungan atas penyelenggaraan urusan administrasi umum, kepegawaian, perencanaan dan pengelolaan keuangan; iii) pembinaan, pengkoordinasian, pengendalian, pengawasan program dan kegiatan; iv) pelaksanaan tugas lain yang diberikan pimpinan sesuai tugas pokok dan fungsi.¹²³

Struktur organisasi sangat berpengaruh dalam mengimplementasikan sebuah kebijakan dimana kualitas tata kelola sebuah organisasi tergantung pada seberapa besar struktur organisasinya memadai untuk melaksanakan tugas, dimana struktur organisasi harus mencerminkan tujuan utama organisasi dan juga fleksibel menanggapi perubahan strategi organisasi sehingga menjadi lebih efektif.

Peluang merupakan faktor eksternal yang mendukung kinerja SKPD dalam melaksanakan tugas dan fungsinya, sehingga mendorong tercapainya sasaran strategis yang direncanakan, adapun peluang yang mendukung antara lain :

1. Semangat kerja pegawai cukup tinggi.
2. Sumber Daya Alam tersedia memadai dan dapat dioptimalkan dalam rangka mengembangkan potensi industri, perdagangan, koperasi dan UMKM.
3. Meningkatnya kebutuhan barang dan jasa.
4. Jumlah pelaku usaha industri, perdagangan, koperasi dan UMKM cukup banyak.
5. Adanya regulasi yang mengatur penataan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern, serta regulasi yang mengatur peredaran minuman beralkohol.
6. Peraturan-peraturan dibidang perlindungan konsumen.

¹²³<https://pareparekota.go.id/wp-content/uploads/.../Renstra-Perindag-2013-2018..pdf> (29 Oktober 2018)

7. Sarana perdagangan khususnya pasar tradisional tersebar di Kota Parepare dalam menunjang kelancaran distribusi bahan pokok.
8. Tersedianya sumber permodalan perbankan atau lembaga keuangan.
9. Terbukanya akses jaringan internet untuk promosi UMKM.¹²⁴

4.4.1.1 Implementasinya berdasarkan konsep Ekonomi Syariah yaitu:

Ekonomi Syariah adalah ilmu ekonomi yang berdasarkan nilai-nilai atau ajaran Islam. Dalam Defenisi lain, ekonomi Islam merupakan ilmu yang mempelajari perilaku ekonomi manusia yang perilakunya diatur berdasarkan aturan agama Islam dan didasari dengan tauhid sebagaimana dirangkum dalam rukun iman dan rukun Islam.¹²⁵

Perlindungan atas konsumen merupakan hal yang sangat penting dan berpengaruh dalam hukum Islam. Karena Islam melihat sebuah perlindungan konsumen bukan sebagai hubungan keperdataan semata melainkan menyangkut kepentingan publik secara luas, bahkan menyangkut hubungan antara manusia dengan Allah SWT.

Berdasarkan konsep ekonomi syariah, penerapannya harus sesuai dengan apa yang sudah dijelaskan dalam undang-undang tersebut, dimana sebagai pelaku usaha juga harus bagus cara penjualannya, tidak boleh mengelabui konsumen dan tidak boeh ada unsur penipuan, kita harus melakukan kegiatan usaha tersebut secara jujur agar pula tidak bertentangan dengan hukum-hukum Islam.¹²⁶

Islam telah memberi pedoman dan aturan yang dapat dijadikan landasan sistem kehidupan yang disebut syariah yang menjadi sumber aturan perilaku yang di

¹²⁴<https://pareparekota.go.id/wp-content/uploads/.../Renstra-Perindag-2013-2018..pdf> (29 Oktober 2018)

¹²⁵Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, h. 181.

¹²⁶Asia Amin. ST, Kepala Seksi Pemberdayaan Konsumen, wawancara, 22 Oktober 2018.

dalamnya sekaligus mengandung tujuan-tujuannya. Tujuan-tujuan itu didasarkan pada konsep-konsep Islam mengenai kesejahteraan manusia, untuk mencapai kehidupan yang baik.

Seluruh bentuk kegiatan ekonomi harus dibangun diatas tiga pondasi yaitu, nilai-nilai keimanan, nilai-nilai Islami, dan nilai-nilai etika :

4.4.1.1.1 Nilai-nilai keimanan

4.4.1.1.1.1 memiliki niat yang lurus dan visi misi yang besar

Dengan nilai keimanan semua bentuk ekonomi akan dipandang sebagai bentuk kegiatan ibadah yang diridhoi oleh Allah SWT. dimana pelaku ekonomi menempatkan dirinya sebagai hamba dihadapan Allah sehingga mempunyai niat yang lurus dan kuat yang disandarkan kepada Allah SWT dalam bekerja dan setiap bentuk tindakan dan pengambilan keputusan dalam bekerja, menghindari permasalahan yang disikapi secara emosional akan tetapi secara rasional dan diputuskan secara spiritual.

Sebagai pelaku usaha iya kita harus menanamkan nilai-nilai keimanan tersebut agar terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan, dan sebagai umat Islam kan kita harus disandarkan kepada Allah SWT dalam bekerja dengan selalu memiliki niat yang lurus.¹²⁷

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada salah satu pelaku usaha bahwa sebagai umat Islam memiliki niat yang lurus dalam bekerja sangat dianjurkan agar segala hal-hal yang tidak diinginkan dapat terhindar baik itu adanya kebohongan, penipuan dan lainnya.

4.4.1.1.1.2 Proses kegiatan usaha yang terukur dan terarah

Dalam menjalankan kegiatan usaha jual beli motor bekas kita harus jelas cara atau proses kegiatan jual belinya karena jika tidak terarah maka yang rugi

¹²⁷Firman Rahman, Selaku Pelaku Usaha Jual Beli Motor Bekas di Parepare, wawancara, 18 Oktober 2018.

adalah pelaku usahanya sendiri baik itu mengenai surat-surat dan proses perjanjian jual belinya harus jelas.¹²⁸

Kegiatan usaha bukan semata-mata diarahkan kepada hasil, akan tetapi memperhatikan cara dan prosesnya. Ia akan berusaha menitik beratkan seluruh proses kegiatan usaha dengan ketentuan-ketentuan Allah.

4.4.1.1.1.3 menilai hasil usaha menggunakan dua sudut pandang yaitu *syari'at* (dunia) dan hakikat (*ukhrawi*).

Tujuan utama yaitu mendapatkan keuntungan dalam kegiatan usaha tetapi terkadang pula ada yang dinamakan kerugian, tetapi kita sebagai manusia tidak selamanya mendapatkan keuntungan secara terus menerus karena ada beberapa hal yang menjadi penghalang, tetapi setidaknya kita dalam melakukan usaha selalu jujur dan berharap sama-sama mendapat keuntungan baik itu pelaku usaha maupun konsumen, mengenai sudut pandang tersebut yah pasti karena semua hasil usaha kita juga harus memperhatikan sisi positif di dunia dan mengutamakan akhirat.¹²⁹

Jika pelaku ekonomi menggunakan kedua sudut pandang tersebut maka maupun mendapat untung bahkan rugi selalu memiliki harapan yang besar dan panjang karena masih ada keuntungan yang bersifat *ukhrawi*.

4.4.1.1.2 Nilai-nilai Islam (*syariah*)

4.4.1.1.2.1 *Ta'awun* (saling membantu)

Melakukan kerjasama dengan pembiayaan seperti bank mandiri, adira dan lain-lain merupakan cara untuk membantu konsumen yaitu dengan mudah dan menghindari kesulitan pembayarandan juga kita membantu konsumen terserah mereka mau melakukan pembayaran secara cash atau kredit".¹³⁰

¹²⁸Sugiarto, Selaku Pelaku Usaha Jual Beli Motor Bekas di Parepare, wawancara, 18 Oktober 2018.

¹²⁹H.Ramli, Selaku Pelaku Usaha Jual Beli Motor Bekas di Parepare, wawancara, 18 Oktober 2018.

¹³⁰Firman Rahman, Selaku Pelaku Usaha Jual Beli Motor Bekas di Parepare, 18 Oktober 2018.

Segala aktivitas ekonomi selalu membutuhkan kerja sama orang lain karena manusia sebagai makhluk sosial. Dalam pandangan Islam kegiatan ekonomi termasuk ibadah dan termasuk dalam kebaikan sehingga diperintahkan saling tolong-menolong dalam berekonomi agar terhindar dari sikap-sikap yang merugikan orang lain. Berdasarkan wawancara di atas seorang pelaku usaha punya tujuan membantu pembeli yang membutuhkan dan ingin mempermudah transaksinya jual belinya sehingga penjual tadi dianggap memberikan hak-hak bagi pembeli dan juga agar meningkatkan pelayanannya kepada masyarakat.

4.4.1.1.2.2 Keadilan

Keadilan dalam melakukan jual beli pasti sangat perlu karena jika tidak adil maka pasti akan banyak komplain dari masyarakat sehingga akan merugikan diri sendiri dan beberapa konsumen menjauh, mengenai penentuan harga harus sesuai dengan bagaimana kondisi kendaraan tidak boleh ada unsur penipuan dan tidak membeda-bedakan konsumen.¹³¹

Menegakkan keadilan itu tidak hanya dituntut dalam hal yang berkaitan dengan perbuatan dan ucapan atau kedua sekaligus, tetapi juga diperintahkan dalam transaksi bisnis. Pada setiap hal keadilan memang harus ditegakkan termasuk dalam transaksi bisnis sehingga tidak merugikan pihak lain. Sikap adil sangat diperlukan dalam setiap tindakan termasuk tindakan berekonomi agar dapat memberikan dan mendapatkan hak-hak secara benar baik itu dalam melakukan perjanjian jual beli, penentuan harga dan lain-lainnya.

4.4.1.1.2.3 Logis dan rasional tidak emosional

Emosional yang tinggi harus dihindari dalam melakukan transaksi karena dapat mengakibatkan pertengkaran antara penjual dan pembeli, jadi sebagai

¹³¹Sugiarto, Selaku Pelaku Usaha Jual Beli Motor Bekas di Parepare, wawancara, 18 Oktober 2018.

penjual kita harus memberikan pelayanan yang baik agar ternilai baik juga oleh masyarakat lainnya.¹³²

Memberdayakan potensi akal dengan berfir secara logis dan rasional sesuai ajaran Islam yang mengajak manusia untuk selalu memproduktifkan akal sehatnya terutama dalam tidakan ekonomi dan tidak berrdasarkan emosional semata.

4.4.1.1.2.4 Profesional

Tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang atau jasa, baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun untuk masyarakat. Profesional berkaitan dengan profesi, yaitu bidang pekerjaan yang dilandasi pendidikan tertentu (keterampilan, kejujuran dan sebagainya).

Kewajiban dalam melakukan suatu pekerjaan, *al-assal* dan kawannya menulis sebagai berikut:

1. Mengetahui berbagai hal yang diperlukan dan dibutuhkan oleh pekerjaan tersebut, sehingga memungkinkan bagi pekerja untuk memenuhi apa yang diperlukan dan dibutuhkan, sekaligus menekuni dan menyelesaikan pekerjaan dengan sebaik-baiknya.
2. Keikhlasan dan ketekunan. Orang Islam dalam pekerjaan dan usahanya, tidak boleh membedakan antara pekerjaan yang khusus untuk dirinya dan pekerjaan yang merupakan tugas.
3. Memenuhi janji. Diantara hak pekerjaan yang wajib dipenuhi oleh pelakunya ialah harus memenuhi syarat-syarat akad (kontrak) pekerjaan yang telah diikiat dan disetujui bersama.¹³³

4.4.1.1.3 Nilai-nilai etika (*Ihsan*)

¹³²Sugiarto, Selaku Pelaku Usaha Jual Beli Motor Bekas di Parepare, wawancara, 18 Oktober 2018.

¹³³Kadir, *Hukum Bisnis Syariah dalam al-Qur'an*, h. 115-116.

4.4.1.1.3.1 Amanah (jujur)

Kejujuran memang harus yang paling utama, dalam transaksi jual beli motor bekas penjual harus jujur kepada pembeli baik mengenai kondisi barang yang dijual maupun harganya yang sesuai kualitas dan harganya, kemudian jika terjadi cacat lainnya mungkin tidak diketahui oleh penjual karena kami sebelum menjual barang pasti mengecek secara teliti kondisi dan surat-surat kelengkapan motor sebelum dijual.¹³⁴

Pelaku usaha yang melakukan praktek penipuan dalam melakukan jual beli merupakan suatu kezaliman karena nilai kejujuran merupakan suatu yang sangat penting. Etika berpengaruh terhadap pelaku bisnis, terutama dalam hal kepribadian, tindakan dan prilakunya. Etika ialah teori tentang perilaku perbuatan manusia, dipandang dari nilai baik dan buruk, sejauh yang dapat ditentukan oleh akal.¹³⁵

Menurut orang yang materialis, yang suka berburu keuntungan dunia, kejujuran hampir identik dengan kerugian. Bahkan rugi karena hartanya habis atau dagangannya tidak mendapatkan untung sama sekali, tetapi rugi karena untungnya sedikit. Sementara teori mereka adalah mengeluarkan biaya sekecil mungkin untuk mendapatkan pemasukan sebesar-besarnya. Mereka menerapkan teori ini dalam usaha dagang mereka, sehingga mereka menargetkan untuk meraih keuntungan yang berlipat. Akibatnya segala cara mereka lakukan untuk melariskan dagangan mereka walaupun cara tersebut diharamkan oleh Allah SWT. seperti dusta, penipuan, dan menyembunyikan keadaan barang.¹³⁶

4.4.1.1.3.2 Sabar

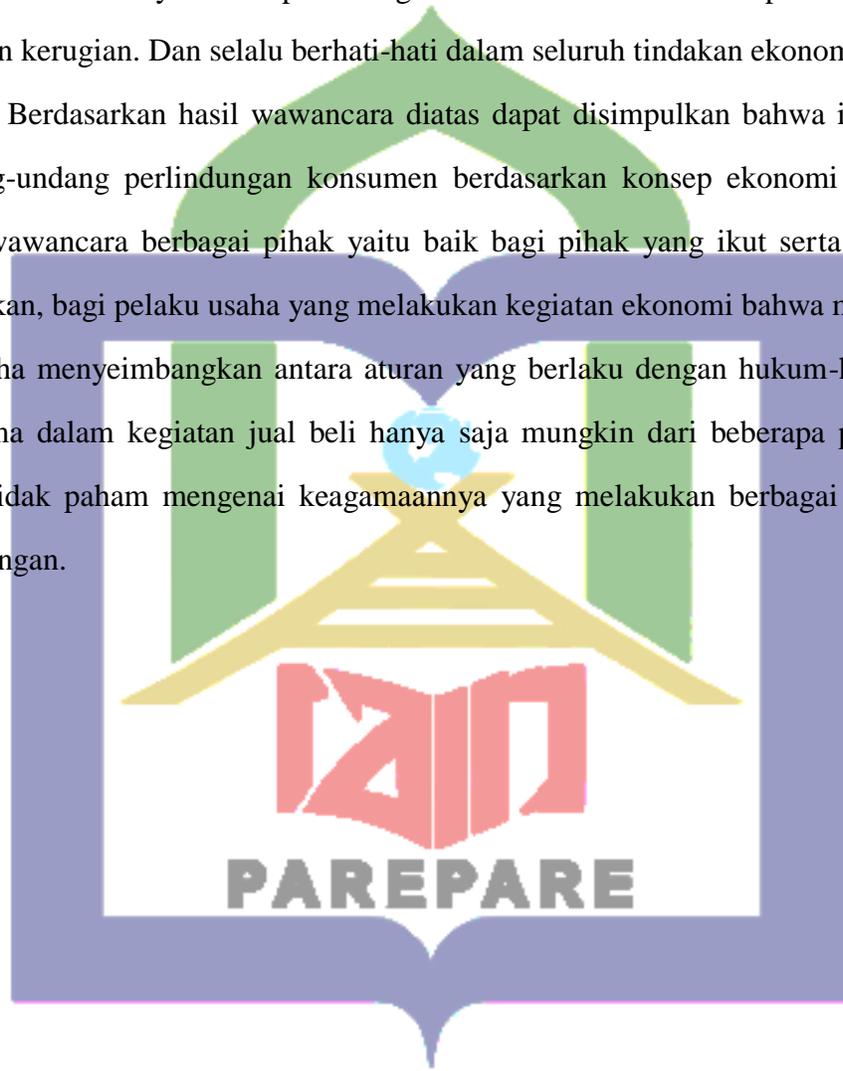
¹³⁴H.Ramli, Selaku Pelaku Usaha Jual Beli Motor Bekas di Parepare, wawancara, 18 Oktober 2018.

¹³⁵Kadir, *Hukum Bisnis Syariah dalam al-Qur'an*, h. 47.

¹³⁶Abu Ishak Muslim Al- Atsari, <https://www.google.com/amp/asysyariah.com/kejujuran-dalam-jual-beli/amp>. (7 November 2018)

Kesabaran dalam menghadapi seluruh persoalan dalam berekonomi melalui pikiran-pikiran positif dan menyelesaikan masalah dengan baik kemudian memberikan solusi yang tepat termasuk ketika terjadi komplain-komplain dari masyarakat kepada pelaku usaha. Menyerahkan penuh segala keadaan baik itu mendapatkan keuntungan ataupun kerugian. Dan selalu berhati-hati dalam seluruh tindakan ekonomi.

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa implementasi undang-undang perlindungan konsumen berdasarkan konsep ekonomi syariah dari hasil wawancara berbagai pihak yaitu baik bagi pihak yang ikut serta menerapkan kebijakan, bagi pelaku usaha yang melakukan kegiatan ekonomi bahwa mereka selalu berusaha menyeimbangkan antara aturan yang berlaku dengan hukum-hukum Islam terutama dalam kegiatan jual beli hanya saja mungkin dari beberapa pelaku usaha yang tidak paham mengenai keagamaannya yang melakukan berbagai kecurangan-kecurangan.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data-data yang telah diperoleh penulis, baik dari internet, buku-buku dari perpustakaan, informasi langsung dari kantor Disperindag Parepare, informasi langsung dari Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, para pelaku usaha, dan konsumen maka penulis dapat menyimpulkan:

- 5.1.1 Bentuk pelaksanaan kegiatan pelaku usaha dalam melakukan jual beli motor bekas di Parepare sesuai dengan ketentuan jual beli yaitu baik mengenai rukun jual beli dan syarat yang dijadikan objek jual beli. Dalam melakukan jual beli motor bekas para pelaku usaha memberikan informasi secara jelas mengenai barang yang dijualnya dan bertanggung jawab atas transaksi yang dilakukan demi keuntungan bersama, menghindari ketidakjujuran atau kecurangan lain agar sesuai dengan aturan yang berlaku baik itu mengenai hak dan kewajiban pelaku usaha yang diatur dalam Undang-Undang No.8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- 5.1.2 Pengawasan pelaku usaha jual beli motor bekas di Parepare, berdasarkan ketentuan-ketentuan yang ada dalam Undang-Undang No.8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen para lembaga Perlindungan Konsumen baik itu lembaga pemerintah maupun lembaga nonpemerintah ikut berpartisipasi dalam menerapkan undang-undang tersebut, dan selalu melakukan pencegahan agar masyarakat tidak dirugikan tetapi mengenai pengawasan terhadap pelaku usaha jual beli motor bekas di Parepare belum pernah diadakan..

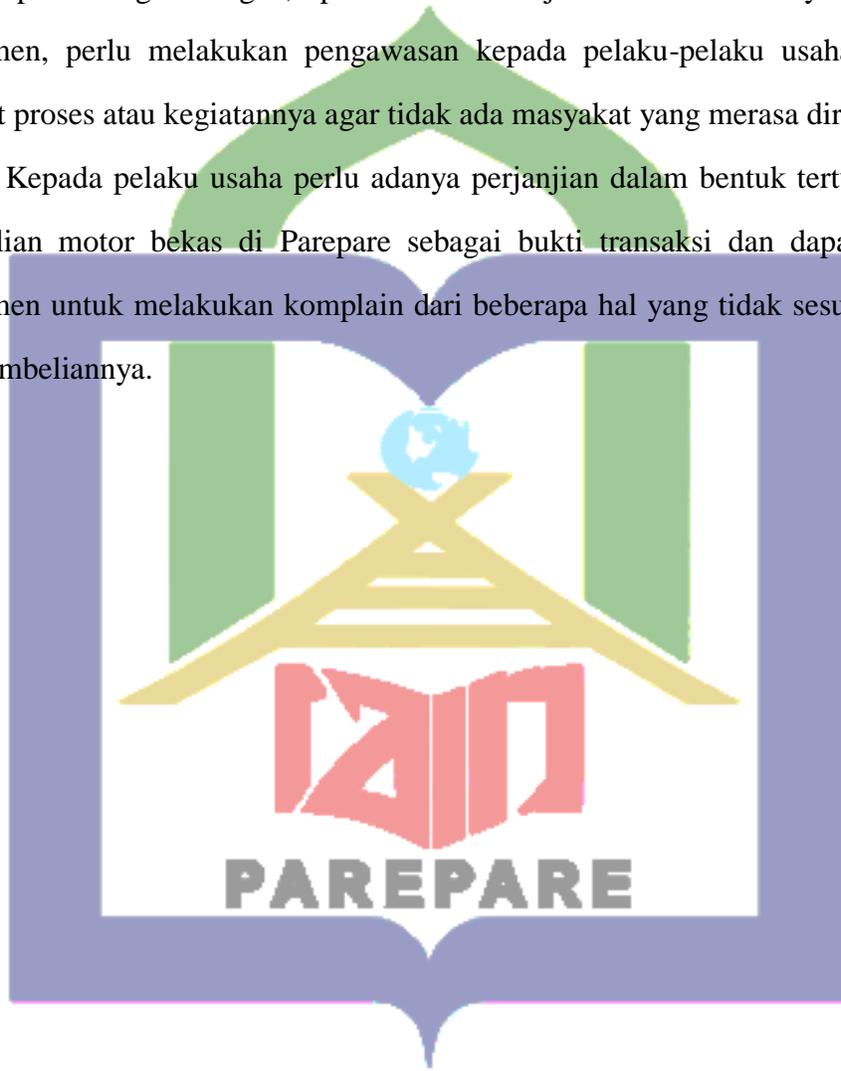
5.1.3 Implementasi UU No.8 Tahun 1999 berdasarkan konsep Ekonomi Syariah, dalam mengimplementasikan kebijakan tersebut dalam hal komunikasi selalu menjadikan tujuan utama dalam mengenai sasaran dengan mentransmisikan kepada kelompok sasaran agar diketahui secara jelas baik itu letak permasalahan atas pengaduan atau memberikan arahan agar terjadi pencegahan dari hal-hal yang tidak diinginkan, sumber daya manusia juga secara efektif ikut serta dalam melakukan penerapan tersebut sesuai dengan struktur-struktur serta bidangnya masing-masing dengan memberikan watak serta 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 selalu menyeimbangkan antara aturan yang berlaku dengan hukum-hukum Islam terutama dalam kegiatan jual beli hanya saja mungkin dari beberapa mereka ada yang tidak paham mengenai keagamaannya sehingga ada yang melakukan berbagai macam bentuk kecurangan-kecurangan.

Dari tiga kesimpulan diatas penerapan Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Relasi Terhadap Pelaku Usaha Jual Beli Motor Bekas di Parepare dikatakan sudah diterapkan bagi sebagian pelaku usaha namun ada juga beberapa masyarakat yang tidak paham bahkan melanggar aturan tersebut artinya ada beberapa masyarakat yang belum menyadari sebagai warga hukum.

5.2 Saran

Kepada pemerintah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat sebagai warga negara hukum, agar mencapai kemaslahatan bersama, karena hal itu yang menjadi tujuan perundang-undangan, pemerintah menjalankan aktivitasnya melindungi konsumen, perlu melakukan pengawasan kepada pelaku-pelaku usaha lain untuk melihat proses atau kegiatannya agar tidak ada masyarakat yang merasa dirugikan.

Kepada pelaku usaha perlu adanya perjanjian dalam bentuk tertulis terhadap pembelian motor bekas di Parepare sebagai bukti transaksi dan dapat digunakan konsumen untuk melakukan komplain dari beberapa hal yang tidak sesuai keinginan atas pembeliannya.



DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Karim

Adi Nugroho, Susanti . 2008. *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*. Jakarta: Kencana.

Ahmad, Mustaq. 2001. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.

Al Arif, M. Nur Rianto dan Euis Amalia. *Teori Mikroekonomi*. Jakarta: Kencana..

Al-Bugha, Musthafa Diib. 2009. *Fikh Islam Lengkap Penjelasan Hukum-hukum Islam Madzhab Syafi'i*. Surakarta: Media Zikir.

Al-Mushlih, Abdullah dan Shalah Ash-Shawi. 2013. *Fikih Ekonomi Islam*. Jakarta: Darul .

Arijanto, Agus. 2011. *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*. Jakarta: Rajawali Press.

Azzaam, Abdul Aziz Muhammad. *Fiqh Muamalat Sistem Transaksi dalam Islam*. Jakarta: AMZAH.

Basrowi dan Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Departemen Agama Republik Indonesia. 1993. *al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta; Intermasa.

Departemen Pendidikan Nasional. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa Edisi Ke Empat*. Jakarta: PT. Ggramedia Pustaka Umum.

Djamil, Fathurrahman. 2015. *Hukum Ekonomi Islam*. Jakarta: Sinar Grafika.

Fauzia , Ika Yunia dan Abdul Kadir Riyadi. 2014. *Prinsip dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid al-Syariah*. Jakarta: Prenamedia Group.

Firdaus Awal. 2016. *Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Perjanjian Jual Beli Sepeda Motor Bekas oleh Showroom di Palangka Raya*. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri (Iain) Palangka Raya Fakultas Syari'ah Program Hukum Ekonomi Syari'ah.

Gaffar, Afan. 2009. *Otonomi Daerah dalam Negara Kesatuan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Kedasama.

Harun, Nasrun. 2007. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama.

Hasan, M Ali. 2004. *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo.

- Kadir. 2015. *Hukum Bisnis Syariah dalam al-Qur'an*. Jakarta: Prakata.
- Kansil, CST dan Christine S.T Kansil. 2010. *Pokok-Pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Miru, Ahmadi . 2011. *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Miru, Ahmadi dan Sutarman Yodo. 2004. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Moleong. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rosda Karya.
- Muhammad. 1997. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Mulyasa. 2009. *Implementasi Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Muslich, Ahmad Wardi. 2010. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Amzah.
- Mustafa, Sakinah . 2016. *Akuntabilitas Pelayanan KPKNL, Parepare dalam Pelelangan Kekayaan Negara (Perpektif Hukum Ekonomi Islam*. Parepare. Skripsi. Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam.
- Mustofa, Imam. 2016. *Fiqh Muamalah Kontempoer*. Jakarta: Rajawali Press.
- Nasution, *Metode Research*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nurhalis. 2015. *Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999.* Lombok Timur. Skripsi. Institut Agama Islam Hamzanwadi (IAIH) NW Lombok Timur.
- Sahroni, Oni dan Hasanuddin. 2016. *Fikih Muamalah Dinamika Teori Akad dan Implementasinya dalam Ekonomi Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Soimin, Soedaharyo. 2007. *Kitab Undang-Undang Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika.
- STAIN Parepare, 2013. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Parepare: STAIN Parepare.
- Suhendi, Hedi. 2002. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Sukars. 2009. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sule , Erni Tisnawati dan Kurniawan Saefullah. 2005. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Kencana.

Ulya Nurul. 2014. *Efektivitas Penerapan UU Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus Penjual Pakaian Bekas di Pasar Senggol Parepare*. Parepare. Skripsi. Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam. Parepare.

Usman, Husain dan Purnomo Setiady Akbar. 2008. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta : Bumi Aksara.

PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN

Republik Indonesia, Tap MPR Nomor II/MPR/1993, bab IV, huruf F butir 4a.

Republik Indonesia, Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

SKRIPSI ONLINE

Apriolem, Sevila. 2013. *Pelaksanaan Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Makanan Dalam Kemasan Yang Telah Kadaluwarsa Di kota Pekanbaru*, Pekanbaru, Skripsi, Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Arti. 2018. *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen Produk Kosmetik Yang Tidak Terdaftar BPOM* .Skripsi. Fakultas Syariah dan Hukum Uin Alauddin Makassar

Firdaus Awal. 2016. *Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Perjanjian Jual Beli Sepeda Motor Bekas oleh Showroom di Palangka Raya*. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri (Iain) Palangka Raya Fakultas Syari'ah Program Hukum Ekonomi Syari'ah.

Muhamad Yasin. 2017. "Analisis Strategi Bauran Pemasaran Produk Madu As-Syifa Kopontren Al-Musyaffa' Kecamatan Ngampel Kabupaten Kendal", Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

Mustain. 2014. "Implementasi Manajemen Supervisi Sekolah Dalam Peningkatan Mutu Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Di Smp Negeri 2 Bae Kudus", Tesis. STAIN KUDUS Manajemen pendidikan Islam.

Nurhalis. 2015. *Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999*.. Lombok Timur. Skripsi. Institut Agama Islam Hamzanwadi (IAIH) NW Lombok Timur.

SUMBER INTERNET

Sanjaya, Ade . *Landasan Teori*. <http://www.LandasanTeori.com/2015/10/Pengertin-ImplementasiKebijakan.html?m=I>. (diakses pada tanggal 30 Maret 2018).

Muhd, <https://serbaekonomi.wordpress.com/2013/11/10/konsep-ekonomi-syariah/>, (Diakses pada tanggal 25 Oktober 2018)

Fuad, Fokky . <https://uai.ac.id/2011/04/13/opini-ilmiah-hukum/>, (Diakses pada tanggal 25 Oktober 2018)

Al-Atsari, Abu Ishak Muslim. <https://www.google.com/amp/asysyariah.com/kejujuran-dalam-jual-beli/amp>. (7 November 2018)

[Ppsp.nawasis.info/.../DRAF_BPS_Bab%20II%20Buku%20Putih_PAREPARE.pdf](https://ppsp.nawasis.info/.../DRAF_BPS_Bab%20II%20Buku%20Putih_PAREPARE.pdf). (29 Oktober 2018).

<https://pareparekota.go.id/wp-content/uploads/.../Renstra-Perindag-2013-2018..pdf> (29 Oktober 2018)



LAMPIRAN-LAMPIRAN





PEMERINTAH KOTA PAREPARE
BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH

Jln. Jend. Sudirman Nomor 76, Telp. (0421) 25250, Fax (0421)26111, Kode Pos 91122
Email : bappeda@pareparekota.go.id, Website : www.bappeda.pareparekota.go.id

PAREPARE

Parepare, 1 Oktober 2018

Nomor : 050 / **Sos** /Bappeda
Tempiran : -
Perihal : **Izin Penelitian**

Kepada
Yth. 1. Kepala Dinas Perdagangan Kota Parepare
2. Kepala Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat Kota Parepare

Di -

Parepare

DASAR :

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 20 Tahun 2011 tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di Lingkungan Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah.
3. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 17 Tahun 2016 tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah.
4. Peraturan Daerah Kota Parepare No. 8 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah.
5. Surat Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, Nomor : B 2236/In.39/PP.00.9/09/2018 tanggal 26 September 2018 Perihal Izin Melaksanakan Penelitian.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka pada perinsipnya Pemerintah Kota Parepare (Cq. Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah kota Parepare) dapat memberikan **Izin Penelitian** kepada :

N a m a : MUSNIYARDA
Tempat/Tgl. Lahir : Parepare / 20 Mei 1996
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Mahasiswi
A l a m a t : Jl. Lasiming No. 41, Kota Parepare

Bermaksud untuk melakukan **Penelitian/Wawancara** di Kota Parepare dengan judul :
"IMPLEMENTASI UU NO. 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN (RELASI TERHADAP PELAKU USAHA JUAL BELI MOTOR BEKAS DI PAREPARE)"

Selama : Tmt. September s.d. Nopember 2018
Pengikut/Peserta : **Tidak Ada**

Sehubungan dengan hal tersebut pada prinsipnya kami **menyetujui** kegiatan dimaksud dengan ketentuan :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan harus melaporkan diri kepada Instansi/Perangkat Daerah yang bersangkutan.
2. Pengambilan Data/Penelitian tidak menyimpang dari masalah yang telah diizinkan dan semata-mata untuk kepentingan ilmiah.
3. Mentaati ketentuan Peraturan Perundang-undangan yang berlaku dengan mengutamakan sikap sopan santun dan mengindahkan Adat Istiadat setempat.
4. Setelah melaksanakan kegiatan Penelitian agar melaporkan hasilnya kepada Walikota Parepare (Cq. Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Parepare)
5. Menyerahkan 1 (satu) berkas Foto Copy hasil "**Penelitian**" kepada Pemerintah Kota Parepare (Cq. Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Parepare).
6. Kepada Instansi yang dihubungi mohon memberikan bantuan.
7. Surat Izin akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata pemegang Surat Izin tidak mentaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Demikian izin penelitian ini diberikan untuk dilaksanakan sesuai ketentuan berlaku.

PEMERINTAH KOTA PAREPARE
BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH
SEKRETARIS
BAPPEDA



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE PAREPARE**

Alamat : Jl. Amal Bakti No. 8 Sawang Kota Parepare 91132 ☎ (0421)21307
Po Box : Website : www.iainparepare.ac.id Email: info.iainparepare.ac.id

Nomor : B 2236/tn.39/PP.00.9/09/2018
Aspiran : -
Jenis : Izin Melaksanakan Penelitian

Kepada Yth.
Kepala Daerah KOTA PAREPARE
Cq. Badan Perencanaan Pembangunan Daerah
di
KOTA PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE PAREPARE :

Nama : MUSNIYARDA
Tempat/Tgl. Lahir : PAREPARE, 20 Mei 1996
NIM : 14.2200.200
Jurusan / Program Studi : Syari'ah dan Ekonomi Islam / Muamalah
Semester : IX (Sembilan)
Alamat : JL. LASIMING, NO. 41, PAREPARE

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah **KOTA PAREPARE** dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

"IMPLEMENTASI UU NO.8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN (RELASI TERHADAP PELAKU USAHA JUAL BELI MOTOR BEKAS DI PAREPARE)"

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan **September** sampai selesai. Sehubungan dengan hal tersebut diharapkan kiranya yang bersangkutan diberi izin dan dukungan seperlunya.

Terima kasih,

26 September 2018

A.n Rektor

Pt. Wakil Rektor Bidang Akademik dan
Pengembangan Lembaga (APL)





PEMERINTAH KOTA PAREPARE
DINAS PERDAGANGAN

Jl. Jend. Sudirman No. 6 Parepare, Telp (0421)21426,Faks.(0421)28132
Kode Pos 91122 email:

SURAT KETERANGAN

Nomor : 800/ 088/ Perdagangan

yang bertanda tangandi bawah ini :

Nama : MUHAMMAD HUSNI SYAM, SH
NIP : 19651215 199303 1 013
Pangkat/Gol : Pembina Utama Muda, IV/a
Jabatan : Plt. Dinas Perdagangan Kota Parepare

MENERANGKAN:

Nama : MUSNIYARDA
Tempat/Tgl. Lahir : Parepare, 20 Mei 1996
Pekerjaan : Mahasiswi IAIN Parepare
Alamat : Jl. Lasiming No. 41 Kota Parepare

Bahwa : Benar telah melakukan Penelitian / Wawancara pada Kantor
Dinas Perdagangan Kota Parepare guna menyelesaikan Skripsi
dengan judul : " IMPLEMENTASI UU NO. 8 TAHUN 1999
TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN (RELASI TERHADAP
PELAKU USAHA JUAL BELI MOTOR BEKAS DI PAREPARE)"

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana
kestinya.

Parepare, 26 November 2018

PL. KEPALA DINAS PERDAGANGAN
KOTA PAREPARE,



MUHAMMAD HUSNI SYAM, SH
Pangkat : Pembina Utama Muda
NIP. 19651215 199303 1 013

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Drs. Rahmat Patajangi
Jabatan : Ketua LSM Merah Putih/LPKSM Merah Putih Kota Parepare

merangkan bahwa:

Nama : Musniyarda M
NIM : 14.2200.200
Pekerjaan : Mahasiswi
Jurusan : Syariah
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah

Benar bahwa telah mengadakan wawancara dengan saya, dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul, "Implementasi UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Relasi Terhadap Pelaku Usaha Jual Beli Motor Bekas di Parepare)".

Demikian Surat Keterangan ini, saya berikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 29 Oktober 2018

Yang diwawancarai,

Drs. Rahmat Patajangi

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Slobinanto ->
Alamat : Jl. AGLU
Umur : 35. TH
Pekerjaan : Javal Beli Motor

Menerangkan bahwa

Nama : Musniyarda M
Nim : 14.2200.200
Pekerjaan : Mahasiswi
Jurusan : Syariah
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah

Benar bahwa telah mengadakan wawancara dengan saya dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Implementasi UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Relasi Terhadap Pelaku Usaha Jual Beli Motor Bekas di Parepare)".

Demikian keterangan ini saya berikan unruk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 16 Oktober 2018

Yang diwawancarai



SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : H. Ramli
Alamat : Jl. Kebun Sayur
Umur : 54
Pekerjaan : Pelaku Usaha Jual Beli Motor

Menerangkan bahwa

Nama : Musniyarda M
Nim : 14.2200.200
Pekerjaan : Mahasiswi
Jurusan : Syariah
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah

Benar bahwa telah mengadakan wawancara dengan saya dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Implementasi UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Relasi Terhadap Pelaku Usaha Jual Beli Motor Bekas di Parepare)".

Demikian keterangan ini saya berikan unruk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 18 Oktober 2018

Yang diwawancarai



Hj. Pardi

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : FIRMAN RAHMAN
Alamat : JL. JEND. AHMAD YANI KM.1 PAREPARE
Umur : 35 TAHUN
Pekerjaan : WIRASWASTA

Menerangkan bahwa

Nama : Musniyarda M
Nim : 14.2200.200
Pekerjaan : Mahasiswi
Jurusan : Syariah
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah

Benar bahwa telah mengadakan wawancara dengan saya dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Implementasi UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Relasi Terhadap Pelaku Usaha Jual Beli Motor Bekas di Parepare)".

Demikian keterangan ini saya berikan unruk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, Oktober 2018

Yang diwawancarai


FIRMAN-R

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : *FHayam*
Alamat : *Jl. Attek*
Umur : *25*
Pekerjaan :

Menyatakan bahwa

Nama : Musniyada M
Nim : 14.2200.200
Tempat / Tgl Lahir : Parepare, 20 Mei 1996
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Mahasiswi
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah

Benar telah telah mengadakan wawancara dengan saya dalam rangka penyusunan Skripsi yang berjudul "IMPLEMENTASI UU NO. 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN (RELASI TERHADAP PELAKU USAHA JIJAT BELI MOTOR BEKAS DI PAREPARE)".

Demikian surat keterangan ini kami berikan kepada yang bersangkutan untuk digunakan seperlunya.

Parepare, 19 Oktober 2018


.....
FHayam

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Asia Amin, ST.
Jabatan : Kepala Seksi Pemberdayaan Konsumen.

Menerangkan bahwa

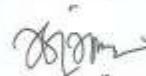
Nama : Musniyarda M
Nim : 14.2200.200
Pekerjaan : Mahasiswi
Jurusan : Syariah
Prodi : Hukum Ekonomi Syariah

Benar bahwa telah mengadakan wawancara dengan saya dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Implementasi UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Relasi Terhadap Pelaku Usaha Jual Beli Motor Bekas di Parepare)".

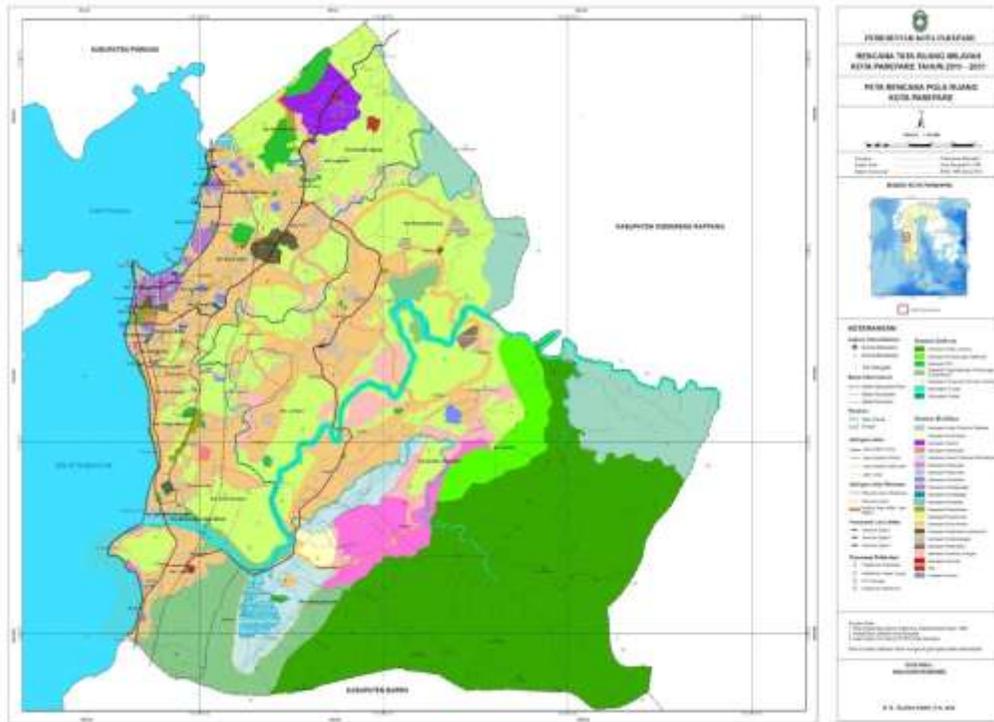
Demikian keterangan ini saya berikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 22 Oktober 2018

Yang diwawancarai


Asia Amin

Gambar 4.1 Peta Kota Parepare



DOKUMENTASI









UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA

NOMOR 8 TAHUN 1999

TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA
PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA

Menimbang :

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

Mengingat :

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

Dengan persetujuan

DEWAN PERWAKILAN RAKYAT REPUBLIK INDONESIA

MEMUTUSKAN:

Menetapkan : **UNDANG-UNDANG TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN.**

BAB I

KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam Undang-undang ini yang dimaksud dengan:

1. Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.
2. Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.
3. Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.
4. Barang adalah setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.
5. Jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.
6. Promosi adalah kegiatan pengenalan atau penyebarluasan informasi suatu barang dan/atau untuk menarik minat beli konsumen terhadap barang dan atau jasa yang akan dan sedang diperdagangkan.

7. Impor barang adalah kegiatan memasukkan barang ke dalam daerah pabean.
8. Impor jasa adalah kegiatan penyediaan jasa asing untuk digunakan di dalam wilayah Republik Indonesia.
9. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat adalah lembaga non-Pemerintah yang terdaftar dan diakui oleh Pemerintah yang mempunyai kegiatan menangani perlindungan konsumen.
10. Klausula Baku adalah setiap aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam suatu dokumen dan/atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen.
11. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen adalah badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen.
12. Badan Perlindungan Konsumen Nasional adalah badan yang dibentuk untuk membantu upaya pengembangan perlindungan konsumen.
13. Menteri adalah menteri yang ruang lingkup tugas dan tanggung jawabnya meliputi bidang perdagangan.

BAB II

ASAS DAN TUJUAN

Pasal 2

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

Pasal 3

Perlindungan konsumen bertujuan:

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

- f. meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

BAB III

HAK DAN KEWAJIBAN

Bagian Pertama

Hak dan Kewajiban Konsumen

Pasal 4

Hak konsumen adalah:

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

Pasal 5

Kewajiban konsumen adalah:

- a. membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;

- b. beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c. membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d. mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Bagian Kedua

Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Pasal 6

Hak pelaku usaha adalah:

- a. hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c. hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Pasal 7

Kewajiban pelaku usaha adalah:

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

- f. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

BAB IV
PERBUATAN YANG DILARANG
BAGI PELAKU USAHA

Pasal 8

1. Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:
 - a. tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
 - b. tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
 - c. tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
 - d. tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
 - e. tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
 - f. tidak sesuai dengan janji dinyatakan dalam label, etiket keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
 - g. tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
 - h. tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label;
 - i. tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus di pasang/dibuat;
 - j. tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

2. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.
3. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.
4. Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

Pasal 9

1. Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah:
 - a. barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu;
 - b. barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru;
 - c. barang dan/atau jasa tersebut telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri kerja atau aksesori tertentu;
 - d. barang dan/atau jasa tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan atau afiliasi;
 - e. barang dan/atau jasa tersebut tersedia;
 - f. barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi;
 - g. barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu;
 - h. barang tersebut berasal dari daerah tertentu;
 - i. secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang dan/atau jasa lain;
 - j. menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung risiko atau efek sampingan tanpa keterangan yang lengkap;
 - k. menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.
2. Barang dan/atau jasa sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilarang untuk diperdagangkan.
3. Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap ayat (1) dilarang melanjutkan penawaran, promosi, dan pengiklanan barang dan/atau jasa tersebut.

Pasal 10

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

- a. harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa;
- b. kegunaan suatu barang dan/atau jasa;

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

Pasal 11

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

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

Pasal 12

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

Pasal 13

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

Pasal 14

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

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

Pasal 15

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

Pasal 16

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

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

Pasal 17

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

BAB V

KETENTUAN PENCANTUMAN KLAUSULA BAKU

Pasal 18

1. Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang membuat atau mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan/atau perjanjian apabila:
 - a. menyatakan pengalihan tanggung jawab pelaku usaha;
 - b. menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen;
 - c. menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali uang yang dibayarkan atas barang dan/atau jasa yang dibeli oleh konsumen;
 - d. menyatakan pemberian kuasa dari konsumen kepada pelaku usaha baik secara langsung maupun tidak langsung untuk melakukan segala tindakan sepihak yang berkaitan dengan barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran;
 - e. mengatur perihal pembuktian atas hilangnya kegunaan barang atau pemanfaatan jasa yang dibeli oleh konsumen;
 - f. memberi hak kepada pelaku usaha untuk mengurangi manfaat jasa atau mengurangi harta kekayaan konsumen yang menjadi obyek jual beli jasa;
 - g. menyatakan tunduknya konsumen kepada peraturan yang berupa aturan baru, tambahan, lanjutan dan/atau pengubahan lanjutan yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha dalam masa konsumen memanfaatkan jasa yang dibelinya;
 - h. menyatakan bahwa konsumen memberi kuasa kepada pelaku usaha untuk pembebanan hak tanggungan, hak gadai, atau hak jaminan terhadap barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran.
2. Pelaku usaha dilarang mencantumkan klausula baku yang letak atau bentuknya sulit terlihat atau tidak dapat dibaca secara jelas, atau yang pengungkapannya sulit dimengerti.
3. Setiap klausula baku yang telah ditetapkan oleh pelaku usaha pada dokumen atau perjanjian yang memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) dinyatakan batal demi hukum.
4. Pelaku usaha wajib menyesuaikan klausula baku yang bertentangan dengan Undang-undang ini.

BAB VI

TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA

Pasal 19

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

Pasal 20

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

Pasal 21

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

Pasal 22

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

Pasal 23

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

Pasal 24

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

Pasal 25

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

Pasal 26

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

Pasal 27

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

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

Pasal 28

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

BAB VII

PEMBINAAN DAN PENGAWASAN

Bagian Pertama

Pembinaan

Pasal 29

1. Pemerintah bertanggung jawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajiban konsumen dan pelaku usaha
2. Pembinaan oleh pemerintah atas penyelenggaraan perlindungan konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan oleh Menteri dan/atau menteri teknis terkait.
3. Menteri sebagaimana dimaksud pada ayat (2) melakukan koordinasi atas penyelenggaraan perlindungan konsumen.
4. Pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat (2) meliputi upaya untuk:
 - a. terciptanya iklim usaha dan tumbuhnya hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen;
 - b. berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
 - c. meningkatkan kualitas sumber daya manusia serta meningkatnya kegiatan penelitian dan pengembangan di bidang perlindungan konsumen.
5. Ketentuan lebih lanjut mengenai pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Bagian Kedua

Pengawasan

Pasal 30

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

BAB VIII

BADAN PERLINDUNGAN KONSUMEN NASIONAL

Bagian Pertama

Nama, Kedudukan, Fungsi, dan Tugas

Pasal 31

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

Pasal 32

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

Pasal 33

Badan Perlindungan Konsumen Nasional mempunyai fungsi memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah dalam upaya mengembangkan perlindungan konsumen di Indonesia.

Pasal 34

1. Untuk menjalankan fungsi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 33 Badan Perlindungan Konsumen Nasional mempunyai tugas:
 - a. memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka penyusunan kebijaksanaan di bidang perlindungan konsumen;
 - b. melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang perlindungan konsumen.
 - c. melakukan penelitian terhadap barang dan/atau jasa yang menyangkut keselamatan konsumen;
 - d. mendorong berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat.
 - e. menyebarluaskan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen dan memasyarakatkan sikap berperihakan kepada konsumen;
 - f. menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, atau pelaku usaha;
 - g. melakukan survei yang menyangkut kebutuhan konsumen.
2. Dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Badan perlindungan Konsumen Nasional dapat bekerja sama dengan organisasi konsumen internasional.

Bagian Kedua

Susunan Organisasi dan Keanggotaan

Pasal 35

1. Badan Perlindungan Konsumen Nasional terdiri atas seorang ketua merangkap anggota, seorang wakil ketua merangkap anggota, serta sekurang-kurangnya 15 (lima belas) orang dan sebanyak-banyaknya 25 (dua puluh lima) orang anggota yang mewakili semua unsur.

2. Anggota Badan perlindungan Konsumen Nasional diangkat dan diberhentikan oleh Presiden atas usul Menteri, setelah dikonsultasikan kepada Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia.
3. Masa jabatan ketua, wakil ketua, dan anggota Badan Perlindungan Konsumen Nasional selama 3 (tiga) tahun dan dapat diangkat kembali untuk 1 (satu) kali masa jabatan berikutnya.
4. Ketua dan wakil ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional dipilih oleh anggota.

Pasal 36

Anggota Badan Perlindungan Konsumen Nasional terdiri atas unsur:

- a. pemerintah;
- b. pelaku usaha;
- c. lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
- d. akademis; dan
- e. tenaga ahli.

Pasal 37

Persyaratan keanggotaan Badan Perlindungan Konsumen Nasional adalah:

- a. warga negara Republik Indonesia;
- b. berbadan sehat;
- c. berkelakuan baik;
- d. tidak pernah dihukum karena kejahatan;
- e. memiliki pengetahuan dan pengalaman di bidang perlindungan konsumen; dan
- f. berusia sekurang-kurangnya 30 (tiga puluh) tahun.

Pasal 38

Keanggotaan Badan Perlindungan Konsumen Nasional berhenti karena:

- a. meninggal dunia;
- b. mengundurkan diri atas permintaan sendiri;
- c. bertempat tinggal di luar wilayah negara Republik Indonesia;
- d. sakit secara terus menerus;
- e. berakhir masa jabatan sebagai anggota; atau
- f. diberhentikan.

Pasal 39

1. Untuk kelancaran pelaksanaan tugas, Badan Perlindungan Konsumen Nasional dibantu oleh sekretariat.
2. Sekretariat sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dipimpin oleh seorang sekretaris yang diangkat oleh Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional.
3. Fungsi, tugas, dan tata kerja sekretariat sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dalam keputusan Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional.

Pasal 40

1. Apabila diperlukan Badan Perlindungan Konsumen Nasional dapat membentuk Perwakilan di Ibu Kota Daerah Tingkat I untuk membantu pelaksanaan tugasnya.
2. Pembentukan perwakilan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditetapkan lebih lanjut dengan keputusan Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional.

Pasal 41

Dalam pelaksanaan tugas, Badan Perlindungan Konsumen Nasional bekerja berdasarkan tata kerja yang diatur dengan keputusan Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional.

Pasal 42

Biaya untuk pelaksanaan tugas Badan Perlindungan Konsumen Nasional dibebankan kepada anggaran pendapatan dan belanja negara dan sumber lain yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Pasal 43

Ketentuan lebih lanjut mengenai pembentukan Badan Perlindungan Konsumen Nasional diatur dalam Peraturan Pemerintah.

BAB IX**LEMBAGA PERLINDUNGAN KONSUMEN**

SWADAYA MASYARAKAT

Pasal 44

1. Pemerintah mengakui lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat.
2. Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat memiliki kesempatan untuk berperan aktif dalam mewujudkan perlindungan konsumen.
3. Tugas lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat meliputi kegiatan:
 - a. menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.
 - b. memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukannya;
 - c. bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen;
 - d. membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen;
 - e. melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.
4. Ketentuan lebih lanjut mengenai tugas lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat sebagaimana dimaksud pada ayat (3) diatur dalam Peraturan Pemerintah.

BAB X

PENYELESAIAN SENGKETA

Bagian Pertama

PAREPARE

Umum

Pasal 45

1. Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum.
2. Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.

3. Penyelesaian sengketa di luar pengadilan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak menghilangkan tanggung jawab pidana sebagaimana diatur dalam Undang-undang.
4. Apabila telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya tersebut dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa.

Pasal 46

1. Gugatan atas pelanggaran pelaku usaha dapat dilakukan oleh:
 - a. seorang konsumen yang dirugikan atau ahli waris yang bersangkutan;
 - b. sekelompok konsumen yang mempunyai kepentingan yang sama;
 - c. lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat, yaitu berbentuk badan hukum atau yayasan, yang dalam anggaran dasarnya menyebutkan dengan tegas bahwa tujuan didirikannya organisasi tersebut adalah untuk kepentingan perlindungan konsumen dan telah melaksanakan kegiatan sesuai dengan anggaran dasarnya;
 - d. pemerintah dan/atau instansi terkait apabila barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau dimanfaatkan mengakibatkan kerugian materi yang besar dan/atau korban yang tidak sedikit.
 - e. Gugatan yang diajukan oleh kelompok konsumen, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat atau pemerintah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b, huruf c, atau huruf d diajukan kepada peradilan umum.
2. Ketentuan lebih lanjut mengenai kerugian materi yang besar dan/atau korban yang tidak sedikit sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf d diatur dengan Peraturan Pemerintah.
- 3.

Bagian Kedua

Penyelesaian Sengketa di luar Pengadilan

PAREPARE

Pasal 47

Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen.

Bagian Ketiga

Penyelesaian Sengketa Melalui Pengadilan

Pasal 48

Penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan mengacu pada ketentuan tentang peradilan umum yang berlaku dengan memperhatikan ketentuan dalam Pasal 45.

BAB XI

BADAN PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN

Pasal 49

1. Pemerintah membentuk badan penyelesaian sengketa konsumen di Daerah Tingkat II untuk penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan.
2. Untuk dapat diangkat menjadi anggota badan penyelesaian sengketa konsumen, seseorang harus memenuhi syarat sebagai berikut:
 - a. warga negara Republik Indonesia;
 - b. berbadan sehat;
 - c. berkelakuan baik;
 - d. tidak pernah dihukum karena kejahatan;
 - e. memiliki pengetahuan dan pengalaman di bidang perlindungan konsumen.
 - f. berusia sekurang-kurangnya 30 (tiga puluh) tahun.
3. Anggota sebagaimana dimaksud pada ayat (2) terdiri atas unsur pemerintah, unsur konsumen, dan unsur pelaku usaha;
4. Anggota setiap unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) berjumlah sedikit-dikitnya 3 (tiga) orang, dan sebanyak-banyaknya 5 (lima) orang.
5. Pengangkatan dan pemberhentian anggota badan penyelesaian sengketa konsumen ditetapkan oleh Menteri.

Pasal 50

Badan penyelesaian sengketa konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 49 ayat (1) terdiri atas:

- a. ketua merangkap anggota;
- b. wakil ketua merangkap anggota;
- c. anggota.

Pasal 51

1. Badan penyelesaian sengketa konsumen dalam menjalankan tugasnya dibantu oleh sekretariat.
2. Sekretariat badan penyelesaian sengketa konsumen terdiri atas kepala sekretariat dan anggota sekretariat.
3. Pengangkatan dan pemberhentian kepala sekretariat dan anggota sekretariat badan penyelesaian sengketa konsumen ditetapkan oleh Menteri.

Pasal 52

Tugas dan wewenang badan penyelesaian sengketa konsumen meliputi:

- a. melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen dengan cara melalui mediasi atau arbitrase atau konsiliasi;
- b. memberikan konsultasi perlindungan konsumen;
- c. melakukan pengawasan terhadap pencantuman klausula baku;
- d. melaporkan kepada penyidik umum apabila terjadi pelanggaran ketentuan dalam Undang-undang ini;
- e. menerima pengaduan baik tertulis maupun tidak tertulis, dari konsumen tentang terjadinya pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- f. melakukan penelitian dan pemeriksaan sengketa perlindungan konsumen;
- g. memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- h. memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli dan/atau setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran terhadap Undang-undang itu;
- i. meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli, atau setiap orang sebagaimana dimaksud pada huruf g dan huruf h, yang tidak bersedia memenuhi panggilan badan penyelesaian sengketa konsumen;
- j. mendapatkan, meneliti dan/atau menilai surat, dokumen, atau alat bukti lain guna penyelidikan dan/atau pemeriksaan;
- k. memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian di pihak konsumen;
- l. memberitahukan putusan kepada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- m. menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan Undang-undang ini.

Pasal 53

Ketentuan lebih lanjut mengenai pelaksanaan tugas dan wewenang badan penyelesaian sengketa konsumen Daerah Tingkat II diatur dalam surat keputusan menteri.

Pasal 54

1. Untuk menangani dan menyelesaikan sengketa konsumen badan penyelesaian sengketa konsumen membentuk majelis;
2. Jumlah anggota majelis sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus ganjil dan sedikit-dikitnya 3 (tiga) orang yang mewakili semua unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 49 ayat (3), serta dibantu oleh seorang panitera.
3. Putusan majelis bersifat final dan mengikat;
4. Ketentuan teknis lebih lanjut mengenai pelaksanaan tugas majelis diatur dalam surat keputusan menteri.

Pasal 55

Badan penyelesaian sengketa konsumen wajib mengeluarkan putusan paling lambat dalam waktu 21 (dua puluh satu) hari kerja setelah gugatan diterima.

Pasal 56

1. Dalam waktu paling lambat 7 (tujuh) hari kerja sejak menerima putusan badan penyelesaian sengketa konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 55 pelaku usaha wajib melaksanakan putusan tersebut.
2. Para pihak dapat mengajukan keberatan kepada Pengadilan Negeri paling lambat 14 (empat belas) hari kerja setelah menerima pemberitahuan putusan tersebut.
3. Pelaku usaha yang tidak mengajukan keberatan dalam jangka waktu sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dianggap menerima putusan badan penyelesaian sengketa konsumen.
4. Apabila ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (3) tidak dijalankan oleh pelaku usaha, badan penyelesaian sengketa konsumen menyerahkan putusan tersebut kepada penyidik untuk melakukan penyidikan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
5. Putusan badan penyelesaian sengketa konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat (3) merupakan bukti permulaan yang cukup bagi penyidik untuk melakukan penyidikan.

Pasal 57

Putusan majelis sebagaimana dimaksud dalam Pasal 54 ayat (3) dimintakan penetapan eksekusinya kepada Pengadilan Negeri di tempat konsumen yang dirugikan.

Pasal 58

1. Pengadilan Negeri wajib mengeluarkan putusan atas keberatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 56 ayat (2) dalam waktu paling lambat 21 (dua puluh satu) hari sejak diterimanya keberatan.
2. Terhadap putusan Pengadilan Negeri sebagaimana dimaksud pada ayat (1), para pihak dalam waktu paling lambat 14 (empat belas) hari dapat mengajukan kasasi ke Mahkamah Agung Republik Indonesia.
3. Mahkamah Agung Republik Indonesia wajib mengeluarkan putusan dalam waktu paling lambat 30 (tiga puluh) hari sejak menerima permohonan kasasi.

BAB XII

PENYIDIKAN

Pasal 59

1. Selain Pejabat Polisi Negara Republik Indonesia, Pejabat Pegawai Negeri Sipil tertentu di lingkungan instansi pemerintah yang lingkup, tugas dan tanggung jawabnya di bidang perlindungan konsumen juga diberi wewenang khusus sebagai penyidik sebagaimana dimaksud dalam Undang-undang Hukum Acara Pidana yang berlaku.
2. Penyidik Pejabat Pegawai Negeri Sipil sebagaimana dimaksud pada ayat (1) berwenang:
 - a. melakukan pemeriksaan atas kebenaran laporan dan keterangan berkenaan dengan tindak pidana di bidang perlindungan konsumen;
 - b. melakukan pemeriksaan terhadap orang atau badan hukum yang diduga melakukan tindak pidana di bidang perlindungan konsumen;
 - c. meminta keterangan dan bahan bukti dari orang atau badan hukum sehubungan dengan peristiwa tindak pidana di bidang perlindungan konsumen;
 - d. melakukan pemeriksaan atas pembukuan, catatan, dan dokumen lain berkenaan dengan tindak pidana di bidang perlindungan konsumen;
 - e. melakukan pemeriksaan di tempat tertentu yang diduga terdapat bahan bukti serta melakukan penyitaan terhadap barang hasil pelanggaran yang dapat dijadikan bukti dalam perkara tindak pidana di bidang perlindungan konsumen;
 - f. meminta bantuan ahli dalam rangka pelaksanaan tugas penyidikan tindak pidana di bidang perlindungan konsumen.
3. Penyidik Pejabat Pegawai Negeri Sipil sebagaimana dimaksud pada ayat (1) memberitahukan dimulainya penyidikan dan hasil penyidikannya kepada Penyidik Pejabat Polisi Negara Republik Indonesia.
4. Penyidik Pejabat Pegawai Negeri Sipil sebagaimana dimaksud pada ayat (1) menyampaikan hasil penyidikan kepada Penuntut Umum melalui Penyidik Pejabat Polisi Negara Republik Indonesia.

BAB XIII

SANKSI

Bagian Pertama

Sanksi Administratif

Pasal 60

1. Badan penyelesaian sengketa konsumen berwenang menjatuhkan sanksi administratif terhadap pelaku usaha yang melanggar Pasal 19 ayat (2) dan ayat (3), Pasal 20, Pasal 25, dan Pasal 26.
2. Sanksi administratif berupa penetapan ganti rugi paling banyak Rp. 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).
3. Tata cara penetapan sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur lebih lanjut dalam peraturan perundang-undangan.

Bagian Kedua

Sanksi Pidana

Pasal 61

Penuntutan pidana dapat dilakukan terhadap pelaku usaha dan/atau pengurusnya.

Pasal 62

1. Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2), dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp.2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).
2. Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11, Pasal 12, Pasal 13 ayat (1), Pasal 14, Pasal 16 dan Pasal 17 ayat (1) huruf d dan huruf f dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau pidana denda paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
3. Terhadap pelanggaran yang mengakibatkan luka berat, sakit berat, cacat tetap atau kematian diberlakukan ketentuan pidana yang berlaku.

Pasal 63

Terhadap sanksi pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 62, dapat dijadikan hukuman tambahan, berupa:

- a. perampasan barang tertentu;
- b. pengumuman keputusan hakim;
- c. pembayaran ganti rugi;
- d. perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen;
- e. kewajiban penarikan barang dari peredaran; atau
- f. pencabutan izin usaha.

BAB XIV

KETENTUAN PERALIHAN

PAREPARE

Pasal 64

Segala ketentuan peraturan perundang-undangan yang bertujuan melindungi konsumen yang telah ada pada saat Undang-undang ini diundangkan, dinyatakan tetap berlaku sepanjang tidak diatur secara khusus dan/atau tidak bertentangan dengan ketentuan dalam Undang-undang ini.

BAB XV

KETENTUAN PENUTUP

Pasal 65

Undang-undang ini mulai berlaku setelah 1 (satu) tahun sejak diundangkan.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Undang-undang ini dengan penempatannya dalam Lembaran Negara Republik Indonesia.



Disahkan di Jakarta
pada tanggal 20 April 1999
PRESIDEN REPUBLIK
INDONESIA
ttd.
BACHRUDDIN JUSUF HABIBIE

Diundangkan di Jakarta
pada tanggal 20 April 1999
MENTERI NEGARA SEKRETARIS
NEGARA REPUBLIK
INDONESIA
ttd.
AKBAR TANJUNG

LEMBARAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA TAHUN 1999 NOMOR 22

RIWAYAT HIDUP PENULIS



MUSNIYARDA M lahir di Parepare. Pada tanggal 20 Mei 1996, merupakan anak ke-3 (tiga) dari 3 bersaudara. Anak dari pasangan bapak Mustapa dengan ibu Nurhaeda. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Islam. Kini penulis beralamat di Jl. Lasiming, Kelurahan Lapadde, Kecamatan Ujung, Kota Parepare, Provinsi Sulawesi Selatan.

Adapun riwayat pendidikan penulis, yaitu pada tahun 2008 lulus dari SD Negeri 11 Jl. Lasiming, Kelurahan Lapadde, Kecamatan Ujung, Kota Parepare dan pada tahun 2011 lulus dari SMP Negeri 4 Parepare. Dan melanjutkan di SMA Negeri 4 Parepare dan lulus tahun 2014. Setelah itu

kuliah di IAIN Parepare Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. Pada semester akhir tahun 2019 penulis telah menyelesaikan skripsi yang berjudul “*(Implementasi UU No.8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Relasi terhadap Pelaku Usaha Jual Beli Motor Bekas di Parepare)*”.

