

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perlindungan Konsumen Indonesia

Banyaknya kasus yang merugikan kepentingan konsumen serta didukung oleh ketidakberdayaan konsumen, maka kehadiran produk perundang-undangan untuk melindungi kepentingan konsumen sangat diperlukan. Pemerintah, DPR, dan sejumlah lembaga yang memberikan perhatian kepada perlindungan konsumen kemudian berupaya untuk merumuskan produk hukum yang memberikan perlindungan yang memadai kepada konsumen di Indonesia. Pada akhirnya lahirlah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang disahkan pada tanggal 20 April 1999.

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) merupakan lembaga perintis advokasi konsumen di Indonesia yang berdiri pada kurun waktu, yakni 11 Mei 1973. Gerakan di Indonesia ini cukup responsive terhadap keadaan, bahkan mendahului resolusi Dewan Ekonomi dan Sosial PBB (ECOSOC) Nomor 2111 Tahun 1978 tentang Perlindungan Konsumen. Setelah YLKI kemudian muncul organisasi-organisasi serupa, antara lain Lembaga Pembinaan dan Perlindungan Konsumen (LP2K) di Semarang tahun 1985, Yayasan Bina Lembaga Konsumen Indonesia (YBLKI) di Bandung. Keberadaan YLKI sangat membantu dalam upaya peningkatan kesadaran akan hak-hak konsumen karena lembaga ini tidak hanya sekedar melakukan penelitian atau pengujian, penerbitan dan menerima pengaduan, tapi juga sekaligus mengadakan upaya advokasi langsung melalui jalur pengadilan.¹

YLKI bersama dengan Badan Pembinaan Hukum Nasional (BPHN) membentuk Rancangan Undang-undang Perlindungan Konsumen. Namun rancangan undang-undang ini ternyata belum dapat memberikan hasil, sebab pemerintah mengkhawatirkan bahwa dengan lahirnya

¹Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia* (Jakarta: PT Grasindo, 2000), 40-41.

undang-undang perlindungan konsumen akan menghambat laju pertumbuhan ekonomi. Pada awal tahun 1990-an, kembali diusahakan lahirnya undang-undang yang mengatur mengenai perlindungan konsumen. Salah satu ciri dari masa ini adalah pemerintah dalam hal ini Departemen Perdagangan sudah memiliki kesadaran tentang arti penting adanya undang-undang perlindungan konsumen.

Hal ini diwujudkan dalam dua naskah Rancangan Undang-undang Perlindungan Konsumen, yaitu yang pertama hasil kerjasama dengan fakultas Hukum Universitas Gajah Mada dan yang kedua adalah hasil kerjasama dengan Lembaga Penelitian Universitas Indonesia. Tetapi hasilnya, kedua naskah Rancangan Undang-undang Perlindungan Konsumen tersebut tidak dibahas di DPR.²

Pada akhir tahun 1990-an, undang-undang perlindungan konsumen tidak hanya diperjuangkan oleh Lembaga Konsumen dan Departemen Perdagangan, tetapi adanya tekanan di Lembaga Keuangan Internasional (*Internasional Monetary Fund/IMF*). Berdasarkan desakan dari IMF itulah akhirnya undang-undang perlindungan konsumen dapat dibentuk. Keberadaan undang-undang perlindungan konsumen merupakan simbol kebangkitan hak-hak sipil masyarakat, sebab hak konsumen pada dasarnya juga adalah hak-hak sipil masyarakat. Undang-undang perlindungan konsumen juga merupakan penjabaran lebih detail dari hak asasi manusia, khususnya hak ekonomi.³

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mulai berlaku sejak tahun 20 April 2000. Undang-undang perlindungan konsumen lebih banyak membahas mengenai pelaku usaha dengan tujuan melindungi konsumen. Hal ini disebabkan pada umumnya kerugian yang diderita oleh konsumen merupakan akibat

²Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia* (Jakarta: PT Grasindo, 2000), 42-43.

³Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Prenada Media Group, 2013), 37.

perilaku dari pelaku usaha, sehingga perlu diatur agar tidak merugikan konsumen.

Awal terbentuknya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang disepakati oleh DPR pada tanggal 30 Maret 1999 dan disahkan Presiden RI pada tanggal 20 April 1999 (LN No.42 Tahun 1999). Berbagai kegiatan yang dibahas untuk mewujudkan undang-undang perlindungan konsumen, yaitu:

1. Pembahasan masalah perlindungan konsumen dalam seminar kelima pusat study hukum dagang Fakultas Hukum Universitas Indonesia pada tanggal 15-16 Desember 1975 sampai dengan penyelesaian akhir undang-undang ini pada tanggal 20 April 1999;
2. Badan Pembinaan Hukum Nasional, Departemen Kehakiman Republik Indonesia, penelitian tentang perlindungan konsumen pada tahun 1979-1981 dan naskah akademik Peraturan Perundang-undangan tentang perlindungan konsumen tahun 1980-1981;
3. Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia dan Perlindungan Konsumen Indonesia, memberikan suatu sumbangan pemikiran tentang Rancangan Undang-undang Perlindungan Konsumen pada tahun 1981;
4. Departemen Perdagangan Republik Indonesia bekerjasama dengan Fakultas Hukum Universitas Indonesia, Rancangan Undang-undang tentang perlindungan konsumen pada tahun 1997;
5. DPR, RI, RUU usul inisiatif DPR tentang undang-undang perlindungan konsumen pada tahun 1998.

Salah satu pokok kesimpulan dalam kegiatan di atas yang bekerjasama dengan Universitas Indonesia tersebut berbunyi, “Agaknya dalam kerangka ini mutlak perlu suatu undang-undang perlindungan konsumen, dan seharusnya undang-undang ini memberikan perlindungan pada masyarakat konsumen.”⁴

⁴ “Sejarah Lahirnya Hukum Perlindungan Konsumen,” diakses pada 22 Juni, 2019.
http://www.academia.edu/18380101/Sejarah_Lahirnya_Hukum_Perlindungan_Konsumen.

Akhirnya, didukung oleh perkembangan politik dan ekonomi di Indonesia pada tahun 1997-1999, semua kegiatan tersebut berujung disetujuinya undang-undang tentang perlindungan konsumen yang terdiri dari 15 Bab dan 65 Pasal dan mulai berlaku efektif sejak tanggal 20 April 2000. Ternyata dibutuhkan waktu 25 tahun sejak gagasan awal hingga undang-undang tentang perlindungan konsumen ini dikumandangkan dari tahun 1975-2000.

Perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama seluruh pihak yang terkait dengan masyarakat, pelaku usaha, dan pemerintah yang berdasarkan lima asas seperti yang terdapat dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 2 yaitu sebagai berikut:⁵

1. Asas manfaat, segala upaya dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan;
2. Asas keadilan, memberikan kesempatan pada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil;
3. Asas keseimbangan, memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil maupun spiritual;
4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen, untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan;
5. Asas kepastian hukum, baik pelaku maupun konsumen mentaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggara perlindungan konsumen serta negara menjamin kepastian hukum.

⁵ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 2.

Adapun tujuan perlindungan konsumen dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 3 meliputi:⁶

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

B. Deskripsi Data Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang terdapat di bab I, berikut terdapat tiga deskripsi data hasil penelitian: pertama, deskripsi mengenai bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli *online* menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen. Kedua, deskripsi mengenai bentuk perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli *online* perspektif hukum Islam.

Sebelum mendeskripsikan data hasil penelitian, penulis memberikan gambaran terlebih dahulu bahwasannya transaksi elektronik yang banyak dilakukan di era modern seperti sekarang ini yang dipraktikkan dalam transaksi *online* melahirkan kekuatan daya tawar yang tidak sejajar antara pelaku usaha dan konsumen. Dapat dijelaskan

⁶ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 3.

dengan kenyataan bahwa pelaku usaha yang menjual barang dan/atau jasanya secara *online* kerap mencantumkan kontrak baku, sehingga memunculkan daya tawar yang tidak seimbang. Lemahnya kedudukan konsumen dengan pelaku usaha dalam melakukan transaksi *online* tentu sangat merugikan konsumen dan telah melanggar hak konsumen yang diatur pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen dalam Pasal 4.

Berdasarkan uraian di atas maka kepastian hukum terhadap perlindungan konsumen dalam transaksi *online* sangat diperlukan. Selain dikarenakan konsumen memiliki hak-hak yang penting untuk ditegakkan, hal ini juga untuk menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha.

Adapun deskripsi data hasil penelitian, sebagai berikut:

1. Bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli *online* menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Bentuk perlindungan konsumen dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen diatur pada Bab III mengenai hak dan kewajiban bagi konsumen dan pelaku usaha, bab IV mengenai perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha, bab VI mengenai tanggung jawab pelaku usaha, bab X mengenai penyelesaian sengketa dan bab XI mengenai Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.

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

oleh hukum terhadap hak-hak konsumen. Secara umum dikenal empat hak dasar konsumen, yaitu:⁷

- a. Hak untuk mendapatkan keamanan (*The Right to Safety*);
- b. Hak untuk mendapatkan informasi (*The Right to be Informed*);
- c. Hak untuk memilih (*The Right to Choose*);
- d. Hak untuk didengar (*The Right to be Heard*).

Selain empat hak dasar konsumen di atas, dalam perkembangannya organisasi-organisasi konsumen yang tergabung dalam *The International Organization of Consumers Union (IOCU)* menambahkan beberapa hak dasar konsumen, seperti hak mendapatkan pendidikan konsumen, hak mendapatkan ganti kerugian, dan hak mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat.

Adapun dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur mengenai hak-hak konsumen yang terdapat dalam Pasal 4, hak-hak konsumen itu sebagai berikut:⁸

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi 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;

⁷ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia* (Jakarta: PT Grasindo, 2000), 16.

⁸ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 4.

- 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 dispensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, jika barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan yang lain.

Agar konsumen dapat memperoleh hasil yang optimum atas perlindungan dan/atau kepastian hukum, selain itu juga berguna sebagai bentuk kehati-hatian dalam melakukan transaksi supaya tidak mengakibatkan kerugian pada diri sendiri. Konsumen juga memiliki beberapa kewajiban yang harus dilakukan. Kewajiban tersebut sebagaimana disebutkan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 5 sebagai berikut.⁹

- 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.

Apabila pelaku usaha tidak bertanggung jawab terhadap kewajibannya berdasarkan Pasal 7, maka konsumen dapat melakukan gugatan. Hal ini berdasarkan ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang diatur pada Pasal 23 menyatakan bahwa “Apabila pelaku usaha menolak dan/atau tidak memberi tanggapan dan/atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen, maka konsumen diberikan hak

⁹Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 5.

untuk menggugat pelaku usaha dan menyelesaikan perselisihan yang timbul melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen atau dengan cara mengajukan gugatan kepada pengadilan ditempat kedudukan konsumen tersebut.”¹⁰

Hal tersebut senada dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 45 ayat (1) yang menyatakan “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.”¹¹

Berdasarkan ketentuan tersebut, konsumen dijamin oleh undang-undang untuk dapat mempertahankan hak-haknya terhadap pelaku usaha, selain itu konsumen juga diberikan pilihan untuk menentukan bentuk penyelesaian sengketa yang akan dipilih sebagaimana yang ditentukan pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam Pasal 45 ayat (2) yang menyatakan “Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.”¹²

Upaya penyelesaian sengketa konsumen menurut ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terdapat dua pilihan, yaitu:

a. Melalui peradilan yang berada dilingkungan peradilan umum.

Ada beberapa cara yang dapat dipakai dalam penyelesaian sengketa konsumen di pengadilan, yaitu:

- 1) Gugatan perdata biasa atau konvensional;
- 2) Gugatan perdata kelompok atau *class action*;

¹⁰ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 23.

¹¹ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 45 ayat (1).

¹² Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 45 ayat (2).

- 3) *Legal standing*.
- b. Melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa konsumen yaitu Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen.

Penyelesaian sengketa konsumen melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa konsumen dilakukan dengan tiga cara, yaitu:

- 1) Konsiliasi;
- 2) Mediasi;
- 3) Arbitrase.

2. Bentuk Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli *Online* Perspektif Hukum Islam

Untuk melindungi para konsumen, dalam Fikih Islam dikenal berbagai perangkat istilah hukum, seperti pelarangan *ba'i al-gharar* (jual beli yang mengandung tipuan), pemberlakuan hak *khiyar* (hak untuk melangsungkan atau membatalkan transaksi), beberapa hal yang merusak kebebasan transaksi seperti adanya *al-ghalt* (tidak adanya persesuaian dalam hal jenis atau sifat barang), dan *al-ghu'bu* (adanya tipuan yang disengaja) dan masih banyak lainnya.

Ajaran Islam menghendaki penyelesaian sengketa jual beli dengan empat cara, yaitu dapat diselesaikan secara musyawarah, mediasi (*al-shulhu*), arbitrase (*tahkim*), atau melalui pengadilan (*qadha*). Sedangkan terkait dengan penyelesaian sengketa konsumen, menurut konsep Islam akan lebih baik bila melalui badan peradilan khusus yang di dalam Islam disebut *jawatan al-hisbah*. Meskipun pada dasarnya penyelesaian sengketa melalui jalur perdamaian (*al-shulhu*) sangat baik dan bahkan dianjurkan oleh hukum Islam, namun karena konsumen berada pada posisi yang lemah, justru akan merugikan konsumen.

C. Analisis Data Penelitian

1. Bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi jual beli *online* menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Hukum perlindungan konsumen terbentuk dari pola hubungan antara beberapa unsur utama yang terkait di dalamnya. Hubungan tersebut tercipta dari suatu perikatan bisnis yang menimbulkan akibat hukum. Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam Pasal 1, menyatakan bahwa “perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.”¹³

Istilah konsumen berasal dan alih bahasa dari kata *consumer*, secara harfiah arti kata *consumer* adalah setiap orang yang menggunakan barang. Begitu pula Kamus Bahasa Inggris-Indonesia yang memberi arti kata *consumer* sebagai pemakai atau konsumen.¹⁴ Kamus Umum Bahasa Indonesia mendefinisikan konsumen sebagai lawan produsen, yakni pemakai barang-barang hasil industri, bahan makanan, dan sebagainya.¹⁵ Berdasarkan definisi di atas pengertian konsumen secara umum diartikan sebagai setiap orang, kelompok, atau badan hukum yang mendapatkan barang dan/atau jasa yang digunakan untuk memproduksi, dikonsumsi, atau diperdagangkan kembali dengan tujuan mendapatkan keuntungan.

Berdasarkan kutipan dari pendapat Az. Nasution dari buku Shidarta, membagi pengertian konsumen menjadi tiga, yaitu:¹⁶

¹³ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 1.

¹⁴ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Daya widya, 1999), 3.

¹⁵“Kamus Besar Bahasa Indonesia”, diakses pada 22 Juni, 2019. <https://kbbi.web.id/konsumen.html>.

¹⁶ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia* (Jakarta:PT Grasindo, 2000), 9.

- a. Konsumen komersial (*commercial consumer*), adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa yang digunakan untuk memproduksi barang dan/atau jasa lain dengan tujuan mendapatkan keuntungan.
- b. Konsumen antara (*intermediate consumer*), adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa yang digunakan untuk diperdagangkan kembali juga dengan tujuan mencari keuntungan.
- c. Konsumen akhir (*ultimate consumer*), 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.

Sedangkan pengertian konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam Pasal 1 ayat (2) menyatakan “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”¹⁷.

Kalimat “tidak untuk diperdagangkan” mengandung pengertian bahwa konsumen menggunakan sendiri barang tersebut, apabila nantinya ia menjual kembali barang tersebut maka ia bukan termasuk kategori konsumen melainkan termasuk kategori pelaku usaha.

Konsumen yang di maksud dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 1 ayat (2) adalah konsumen akhir, hal ini terlihat dalam penjelasan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 1 ayat (2), yakni “dalam kepustakaan ekonomi dikenal istilah konsumen akhir dan konsumen antara. Konsumen akhir

¹⁷Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan konsumen, Pasal 1 ayat (2).

adalah pengguna atau pemanfaat akhir dari suatu produk, sedangkan konsumen antara adalah konsumen yang menggunakan suatu produk sebagai bagian dari proses produksi suatu produk lainnya. Pengertian konsumen dalam undang-undang ini adalah konsumen akhir”¹⁸.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam Pasal 1 ayat (2) di atas, konsumen yang mendapat perlindungan menurut undang-undang konsumen adalah konsumen akhir, yakni pemakai, pengguna, pemanfaat barang dan/atau jasa yang digunakan untuk diri sendiri, keluarga atau rumah tangganya, dan tidak diperdagangkan kembali.

Konsumen dalam hal ini yaitu konsumen yang membeli suatu produk melalui *online* di mana produk tersebut dimanfaatkan secara langsung dan tidak untuk dijual kembali. Berikut permasalahan yang terjadi pada proses transaksi *online*, yaitu :

- a. Konsumen tidak dapat langsung mengidentifikasi, melihat, atau menyentuh barang yang akan dipesan;
- b. Ketidakjelasan informasi tentang produk yang ditawarkan atau tidak ada kepastian apakah konsumen telah memperoleh berbagai informasi yang layak diketahui untuk mengambil keputusan dalam bertransaksi;
- c. Tidak jelasnya status subjek hukum, dari pelaku usaha;
- d. Tidak adanya jaminan keamanan bertransaksi;
- e. Pembebanan risiko yang tidak berimbang, karena umumnya terhadap jual beli *online* di internet, pembayaran telah lunas dilakukan oleh konsumen, sedangkan barang belum tentu diterima atau akan menyusul kemudian, karena jaminan yang ada adalah jaminan pengiriman barang bukan penerimaan barang;

¹⁸ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), 4.

- f. Transaksi yang bersifat lintas batas negara *borderless*, menimbulkan pertanyaan mengenai yurisdiksi hukum negara mana yang sepatutnya diberlakukan.

Mengingat transaksi *online* dilakukan dengan tanpa tatap muka secara langsung dan antara konsumen dan pelaku usaha tidak saling mengenal, maka hak-hak konsumen pada transaksi *online* sangat rawan terlanggar sehingga menempatkan konsumen pada posisi tawar yang lemah. Maka dari itu diperlukan adanya perlindungan hukum terhadap hak-hak konsumen dalam transaksi *online*.

Istilah perlindungan hukum berkaitan dengan perlindungan konsumen. Oleh karena itu, perlindungan konsumen mengandung aspek hukum. Adapun materi yang mendapatkan perlindungan itu bukan sekedar fisik, melainkan terlebih-lebih hak-haknya yang bersifat abstrak. Dengan kata lain, perlindungan konsumen sesungguhnya identik dengan perlindungan yang diberikan oleh hukum terhadap hak-hak konsumen. Secara umum terdapat 4 (empat) hak dasar konsumen, yaitu:¹⁹

- a. Hak untuk mendapatkan keamanan (*The right to safety*)

Konsumen berhak mendapatkan keamanan dan barang dan jasa yang ditawarkan kepadanya. Produk barang dan jasa itu tidak boleh membahayakan jika dikonsumsi sehingga konsumen tidak dirugikan baik secara jasmani atau rohani terlebih terhadap barang dan/atau jasa yang dihasilkan dan dipasarkan oleh pelaku usaha yang berisiko sangat tinggi.

- b. Hak untuk mendapatkan informasi (*The right to be informed*)

Setiap produk yang diperkenalkan kepada konsumen harus disertai informasi yang benar baik secara lisan, melalui iklan di berbagai media, atau

¹⁹ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia* (Jakarta:PT Grasindo, 2000), 16-22.

mencantumkan dalam kemasan produk (barang). Hal ini bertujuan agar konsumen tidak mendapat pandangan dan gambaran yang keliru atas produk barang dan jasa.

c. Hak untuk memilih (*The right to choose*)

Konsumen berhak untuk menentukan pilihannya dalam mengkonsumsi suatu produk. Ia juga tidak boleh mendapat tekanan dan paksaan dari pihak luar sehingga ia tidak mempunyai kebebasan untuk membeli atau tidak membeli.

d. Hak untuk didengar (*The right to be heard*)

Hak ini berkaitan erat dengan hak untuk mendapatkan informasi. Ini disebabkan informasi yang diberikan oleh pihak yang berkepentingan sering tidak cukup memuaskan konsumen.

Proses transaksi secara *online* pada dasarnya tidak jauh berbeda dengan proses transaksi jual beli pada umumnya di dunia nyata. Sebagaimana dalam perdagangan konvensional, jual beli melalui elektronik atau transaksi *online* menimbulkan perikatan antar pihak untuk memberikan suatu prestasi. Implikasi dari perikatan itu adalah timbulnya hak dan kewajiban yang harus dipenuhi oleh pihak yang terlibat, pihak-pihak dalam transaksi *online* tetap tunduk pada ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-undang perlindungan konsumen ini bertujuan untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen serta mendorong pelaku usaha untuk bersikap jujur dan bertanggung jawab dalam menjalankan usahanya sehingga memberikan kepastian hukum baik bagi konsumen maupun pelaku usaha.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam Pasal 4 mengatur hak-hak konsumen sebagai berikut:²⁰

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

²⁰ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 4.

- 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 mendapatkan 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.

Hak-hak konsumen di atas, terlihat bahwa masalah kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen merupakan hal yang paling pokok dan utama dalam perlindungan konsumen. Barang dan/atau jasa yang penggunaannya tidak memberikan kenyamanan, atau membahayakan konsumen jelas tidak layak diedarkan dalam masyarakat. Selanjutnya, untuk menjamin bahwa suatu barang dan/atau jasa dalam penggunaannya akan nyaman, aman maupun membahayakan konsumen penggunaannya, maka konsumen diberikan hak untuk memilih barang dan/atau jasa yang dikehendakinya berdasarkan atas keterbukaan informasi yang benar, jelas, dan jujur. Jika terdapat penyimpangan yang merugikan, konsumen berhak untuk didengar, memperoleh pembinaan, perlakuan yang adil, kompensasi atau ganti rugi.

Sebagai konsekuensi dari adanya hak konsumen, maka pelaku usaha yang menurut Undang-Undang

Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 2 ayat (3), “pelaku usaha adalah setiap 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”.²¹ Maka pelaku usaha juga dibebankan oleh kewajiban-kewajiban sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 7 antara lain:²²

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. Memberikan informasi yang jelas, benar, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan 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 pada konsumen untuk menguji dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta member jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau 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

²¹ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 2 ayat (3).

²² Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 7.

diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Konsumen selain mempunyai hak juga memiliki beberapa kewajiban. Hal ini berguna sebagai bentuk kehati-hatian dalam melakukan transaksi supaya tidak mengakibatkan kerugian pada diri sendiri. Kewajiban tersebut diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pada Pasal 5, sebagai berikut:²³

- 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.

Adanya kewajiban konsumen ini diharapkan konsumen untuk lebih teliti, membaca, dan mengikuti petunjuk informasi dan prosedur yang telah ditetapkan demi keamanan dan keselamatan. Pentingnya kewajiban ini karena sering pelaku usaha telah menyampaikan peringatan jelas pada label produk, namun konsumen tidak membaca peringatan yang telah disampaikan. Dengan pengaturan kewajiban ini, memberikan konsekuensi pelaku usaha tidak bertanggung jawab, jika konsumen yang bersangkutan menderita kerugian akibat mengabaikan kewajiban tersebut.

Secara bersamaan pelaku usaha juga memiliki hak-hak yang harus dilindungi. Hak-hak pelaku usaha ini merupakan bagian dari kewajiban konsumen yang di atur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 6, yaitu:²⁴

²³ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 5.

²⁴ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 6.

- 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.

Pada dasarnya undang-undang tidak memberikan perlakuan yang berbeda kepada masing-masing pelaku usaha yang menyelenggarakan kegiatan usaha tersebut, sepanjang para pelaku usaha tersebut menjalankannya secara benar dan memberikan informasi yang cukup, relevan, dan dapat dipertanggungjawabkan, serta tidak merugikan konsumen yang akan mempergunakan atau memakai atau memanfaatkan barang dan/atau jasa yang diberikan tersebut.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menetapkan larang-larangan bagi pelaku usaha yang berujung pada kerugian konsumen. Larangan bagi pelaku usaha tersebut ditentukan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 8, meliputi:²⁵

- a. Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:
 - 1) Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
 - 2) Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih, atau netto, dan jumlah dalam hitungan

²⁵Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 8.

- sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
- 3) Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan, dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
 - 4) Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan, atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket, atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
 - 5) Tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
 - 6) Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan, atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
 - 7) Tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan atau pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
 - 8) Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam label;
 - 9) 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 dipasang/dibuat;
 - 10) Tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
- b. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang tersebut.

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

Larangan-larangan yang dimaksudkan di atas, bermaksud untuk mengupayakan agar barang dan/atau jasa yang beredar di masyarakat merupakan produk yang layak edar, antara lain asal usul, kualitas sesuai dengan informasi pengusaha baik melalui label, etiket, iklan, dan lain sebagainya.

Berbeda dengan produk-produk lainnya, terhadap barang-barang yang berupa sediaan farmasi mendapat perlakuan khusus, karena kalau barang jenis ini rusak, cacat, atau tercemar maka dilarang untuk diperdagangkan, walaupun disertai dengan informasi yang lengkap dan benar tentang barang tersebut. Sedangkan barang lainnya tetap dapat di perdagangkan asal disertai dengan informasi yang lengkap dan benar atas barang tersebut.

Larangan yang tertuju pada “produk” sebagaimana yang dimaksud dalam Pasal 8, dimaksudkan untuk memberikan perlindungan terhadap kesehatan atau harta konsumen dari penggunaan barang dengan kualitas yang di bawah standar atau kualitas yang lebih rendah daripada nilai harga yang dibayar. Dengan adanya perlindungan yang demikian, maka konsumen tidak akan diberikan barang dengan kualitas yang lebih rendah daripada harga yang dibayarnya, atau yang tidak sesuai dengan informasi yang diperolehnya.²⁶

Undang-undang perlindungan konsumen pada dasarnya banyak mengatur mengenai pelaku usaha dan lebih mengutamakan perlindungan terhadap hak-hak konsumen sebagai hak-hak dasarnya untuk mencapai

²⁶ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), 66.

keadilan, yang diharapkan untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen yang pada gilirannya akan meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya, di lain pihak akan menambahkan pelaku usaha yang bertanggung jawab.

Transaksi *online* dilakukan melalui media internet sehingga dalam proses transaksi antara konsumen dan pelaku usaha tidak bertatap muka secara langsung. Perjanjian dalam transaksi *online* dituangkan dalam kontrak elektronik, apabila sesuai dengan apa yang telah disepakati oleh konsumen dan pelaku usaha maka hubungan hukum antara keduanya sudah selesai, namun apabila dalam realisasi kontrak elektronik tersebut tidak sesuai maka menimbulkan permasalahan. Permasalahan ini timbul akibat dari ketidakpuasan salah satu atau kedua belah pihak, permasalahan mengenai konsumen disebut dengan sengketa konsumen.

Penyelesaian sengketa konsumen dalam transaksi *online* dapat menggunakan ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Dalam Pasal 23 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwa “apabila pelaku usaha menolak dan/atau tidak memberi tanggapan dan/atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen, maka konsumen diberikan hak untuk menggugat pelaku usaha dan menyelesaikan perselisihan yang timbul melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen atau dengan mengajukan gugatan ke badan peradilan ditempat kedudukan konsumen”.²⁷

Ketentuan pasal ini merupakan suatu hal baru dalam dunia peradilan di Indonesia dapat diartikan sebagai langkah maju yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia dalam memberdayakan konsumen menuntut haknya atas ganti kerugian terhadap pihak pelaku usaha. Bukan hanya itu, tetapi juga karena adanya pengaturan tempat pengajuan gugatan ganti kerugian “ditempat kedudukan konsumen”

²⁷ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 23.

baik itu melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen maupun melalui badan peradilan, dimana sangat membantu konsumen dalam menuntut haknya. Hal ini merupakan pengembangan dari ketentuan Pasal 118 HIR, sebab secara umum pengajuan gugatan ganti kerugian dilakukan diwilayah hukum tergugat, dan ini berarti di tempat pelaku usaha berdomisili. Pengaturan seperti ini akan banyak membawa kesulitan bagi konsumen. Dengan ditentukannya tempat pengajuan gugatan ganti kerugian “ditempat kedudukan konsumen” maka dengan sendirinya banyak memberikan kemudahan kepada konsumen.

Hal ini senada dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam Pasal 45 ayat (1) yang menyebutkan bahwa “setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada dilindungan peradilan umum”.²⁸

Melalui ketentuan Pasal 45 ayat (1) dapat diketahui bahwa untuk menyelesaikan sengketa konsumen, terdapat dua pilihan yaitu melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa konsumen dan pelaku usaha, atau melalui peradilan yang ada dilindungan peradilan umum.

Berdasarkan ketentuan di atas, konsumen dijamin oleh undang-undang untuk dapat mempertahankan hak-haknya terhadap pelaku usaha, selain itu konsumen juga diberikan pilihan untuk menentukan bentuk penyelesain sengketa yang akan dipilih sebagaimana yang ditentukan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pada Pasal 45 ayat (2), yaitu “penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau di luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa”.²⁹

²⁸ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 45 ayat (1).

²⁹ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 45 ayat (2).

Upaya penyelesaian sengketa konsumen menurut ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terdapat dua pilihan, yaitu:

- a. Melalui peradilan yang berada dilingkungan peradilan umum.

Ada beberapa cara yang dapat dipakai dalam proses beracara dalam penyelesaian sengketa konsumen di pengadilan, yaitu:

- 1) Gugatan perdata biasa atau konvensional;
- 2) Gugatan perdata gugatan kelompok atau *class action*:

Dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen gugatan kelompok atau *class action* telah tercantum pada Pasal 46 ayat (1) huruf b yang menyatakan bahwa “gugatan atas pelanggaran pelaku usaha dapat dilakukan oleh sekelompok konsumen yang mempunyai kepentingan yang sama.”³⁰

Undang-undang ini mengakui gugatan kelompok atau *class action*. Gugatan kelompok atau *class action* harus diajukan oleh konsumen yang benar-benar dirugikan dan dapat dibuktikan secara hukum, salah satu di antaranya adalah adanya bukti transaksi.

- 3) Legal standing;

Legal standing merupakan proses beracara yang diajukan oleh suatu lembaga dalam hal ini Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM). LPKSM adalah lembaga non pemerintahan yang terdaftar dan diakui oleh pemerintah guna melakukan kegiatan mengenai perlindungan konsumen.³¹

Tugas Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat diatur dalam Undang-Undang

³⁰ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 46 ayat (1) huruf b.

³¹ Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000), 93-94.

Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pada Pasal 44 ayat (3), meliputi:³²

- 1) Menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban, dan kehati-hatian konsumen dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa;
 - 2) Memberikan nasehat kepada konsumen yang memerlukannya;
 - 3) Bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen;
 - 4) Membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen;
 - 5) Melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.
- b. Melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa konsumen yaitu Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen.

Pemerintah membentuk Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen untuk penyelesain sengketa konsumen di luar pengadilan. Sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 52, tugas dan wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen meliputi:³³

- 1) Melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen, dengan cara melalui mediasi atau arbitrase atau konsiliasi;
- 2) Memberikan konsultasi perlindungan konsumen;
- 3) Melakukan pengawasan terhadap pencantuman klausa baku;
- 4) Melaporkan kepada penyidik umum apabila terjadi pelanggaran ketentuan dalam undang-undang ini;

³² Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 44 ayat (3).

³³ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 52.

- 5) Menerima pengaduan, baik tertulis maupun tidak tertulis dari konsumen tentang terjadinya pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- 6) Melakukan penelitian dan pemeriksaan sengketa perlindungan konsumen;
- 7) Memanggil pelaku usaha yang diduga telah melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- 8) Memanggil, dan menghadirkan saksi, saksi ahli dan/atau setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran terhadap undang-undang ini;
- 9) Meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli, atau setiap orang sebagaimana dimaksud dalam huruf g, dan huruf h, yang tidak bersedia memenuhi panggilan badan penyelesaian sengketa konsumen;
- 10) Mendapatkan, meneliti, dan/atau menilai surat, dokumen, atau alat bukti lain guna penyelidikan dan/atau pemeriksaan;
- 11) Memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian di pihak konsumen;
- 12) Memberitahukan putusan kepada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- 13) Menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan undang-undang ini.

Ketentuan lebih lanjut mengenai pelaksanaan tugas dan wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) di atur dalam Surat keputusan Menteri perindustrian dan perdagangan Nomor 350/MPP.Kep/12/2001 tentang Pelaksanaan Tugas dan Wewenang Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen.³⁴

Berdasarkan yang telah dirumuskan pada Pasal 52 di atas, penyelesaian sengketa konsumen melalui

³⁴ Rifan Adi Nugroho, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi online." Jurnal serambi hukum Vol. 08 No. 02 Agustus- Januari (2015): 100.

lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa konsumen dilakukan dengan 3 (tiga) cara, yaitu

1) Konsiliasi

Konsiliasi adalah suatu proses penyelesaian sengketa di antara para pihak dengan melibatkan pihak ketiga yang netral dan tidak berpihak. Konsiliasi ditempuh atas inisiatif salah satu pihak atau para pihak, sedangkan Majelis BPSK bersikap pasif sebagai konsiliator. Majelis BPSK bertugas sebagai perantara antara para pihak yang bersengketa.³⁵

Dalam konsiliasi, seorang konsiliator akan mengklarifikasikan masalah-masalah yang terjadi dan bergabung ditengah-tengah para pihak, tetapi kurang aktif dibandingkan dengan seorang mediator dalam menawarkan pilihan-pilihan penyelesaian suatu sengketa.

2) Mediasi

Mediasi adalah proses negosiasi penyelesaian sengketa atau pemecahan masalah di mana pihak-pihak ketiga yang tidak memihak bekerjasama dengan para pihak yang bersengketa membantu memperoleh kesepakatan perjanjian yang memuaskan.³⁶

Artinya mediasi ini sama halnya dengan konsiliasi, cara mediasi ditempuh atas inisiatif salah satu pihak atau para pihak. Bedanya dengan konsiliasi, pada mediasi Majelis BPSK bersikap aktif sebagai pemerantara dan penasihat.

3) Arbitrase

Arbitrase merupakan cara penyelesaian suatu sengketa perdata di luar pengadilan umum yang

³⁵ Rifan Adi Nugroho, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Transaksi online." Jurnal serambi hukum Vol. 08 No. 02 Agustus- Januari (2015): 100.

³⁶ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), 254-255.

didasarkan pada perjanjian arbitrase yang dibuat oleh para pihak yang bersengketa.³⁷

Cara penyelesaian sengketa konsumen dengan cara arbitrase yaitu para pihak menyerahkan sepenuhnya kepada Majelis BPSK untuk memutuskan dan menyelesaikan sengketa konsumen yang terjadi.

Kelebihan penyelesaian sengketa melalui arbitrase ini adalah langsung bersifat final, mengikat dan tidak ada upaya banding dan Kasasi. Hal ini didasarkan pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam Pasal 54 ayat (3) yang mengatakan bahwa “putusan yang dijatuhkan oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen bersifat mengikat dan final”.³⁸

Undang-undang tentang perlindungan konsumen mengenakan sanksi bagi pelaku usaha yang melanggar ketentuan undang-undang perlindungan konsumen. Hal ini dipertegas dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pada Pasal 45 ayat (3) yang menyatakan bahwa penyelesaian sengketa diluar pengadilan tidak menghilangkan tanggung jawab pidana sebagaimana diatur dalam undang-undang.³⁹ Dalam pasal ini menjelaskan bahwa penyelesaian sengketa yang dilakukan baik melalui pengadilan maupun diluar pengadilan tetap mendapatkan sanksi yang telah ditentukan.

Aturan mengenai sanksi yang dapat dikenakan pada pelaku usaha ada tiga, yaitu:

1) Sanksi administratif

Sanksi administratif diatur dalam Pasal 60, dimana Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen berwenang menjatuhkan sanksi administratif terhadap pelaku usaha berupa pencabutan izin usaha atau penetapan

³⁷Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), 248-249.

³⁸ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 54 ayat (3).

³⁹ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 45 ayat (3).

ganti rugi paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).

2) Sanksi pidana pokok

Sanksi pidana pokok adalah sanksi yang dapat dikenakan dan dijatuhkan oleh pengadilan atas tuntutan jaksa penuntut umum terhadap pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku usaha. Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam Pasal 62, “apabila pelaku usaha melakukan pelanggaran terhadap ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, Pasal 17 ayat (2) dan Pasal 18 dapat dikenakan sanksi pidana penjara paling lama lima tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua milyar rupiah).”⁴⁰

3) Sanksi pidana tambahan

Ketentuan Pasal 63 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memungkinkan diberikannya sanksi pidana tambahan di luar sanksi pidana pokok yang dapat dijatuhkan berdasarkan ketentuan Pasal 62 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Sanksi-sanksi pidana tambahan yang dapat dijatuhkan berupa, perampasan barang tertentu, pengumuman keputusan hakim, pembayaran ganti rugi, perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen, kewajiban penarikan barang dari peredaran, dan pencabutan izin usaha.⁴¹

Undang-undang perlindungan konsumen memberikan sanksi pidana yang jelas bagi pelaku usaha yang melanggar ketentuan-ketentuan yang secara tegas telah dilarang dalam undang-undang tersebut. Berjalan tidaknya sanksi-sanksi yang telah ditentukan tersebut, sangat bergantung pada siap

⁴⁰ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 62.

⁴¹ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 63.

tidaknya berbagai pihak yang terkait. Di samping itu, kemampuan dan pengetahuan yang cukup signifikan tentang perlindungan konsumen juga sangat perlu untuk meningkatkan efektivitas pelaksanaan undang-undang tentang perlindungan konsumen dalam prakteknya.

2. Bentuk perlindungan konsumen dalam transaksi jual beli *online* perspektif hukum Islam

Sumber hukum perlindungan konsumen dalam Islam sama dengan sumber hukum Islam, yaitu Alquran, Sunnah, *Ijma'*, dan Qiyas. Dalam Islam, hukum perlindungan konsumen mengacu kepada konsep halal dan haram, serta keadilan ekonomi berdasarkan nilai-nilai atau prinsip-prinsip ekonomi Islam. Aktivitas ekonomi Islam dalam perlindungan konsumen meliputi perlindungan terhadap zat, proses produksi, distribusi, tujuan produksi, hingga pada akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa tersebut. Maka dalam ekonomi Islam, barang dan/atau jasa yang halal dari segi zatnya dapat menjadi haram, ketika cara memproduksi dan tujuan mengkonsumsinya melanggar ketentuan-ketentuan *syara'*.

Untuk mengetahui apakah jual beli *online* bertentangan atau tidak ditinjau dari hukum Islam, maka perlu dikomparasikan dengan syarat dan rukun jual beli, yaitu:

a. Orang yang berakad

Secara ahli *al-'aqid* (pelaku) jual beli disyaratkan harus ahli dan memiliki kemampuan untuk melakukan akad atau mampu menjadi pengganti orang lain jika ia menjadi wakil.

Pihak-pihak yang berakad harus sudah mencapai tingkatan *mumayyiz*, dan menurut ulama Malikiyah dan Hanafiyah yang dikatakan *mumayyiz* mulai sejak usia minimal 7 tahun. Oleh karena itu, dipandang tidak sah suatu akad yang dilakukan oleh anak kecil yang belum *mumayyiz*, orang gila, dan lain-lain. Sedangkan, menurut ulama Syafi'iyah dan Hanabilah mensyaratkan

‘aqid harus baligh, berakal, mampu memelihara agama dan hartanya.⁴²

Dalam transaksi jual beli *online*, masing-masing pihak yang terlibat transaksi telah memenuhi kriteria *tamyiz*, dan telah mampu mengoperasikan komputer dan tentunya telah memenuhi ketentuan memiliki kecakapan yang sempurna dan mempunyai wewenang untuk melakukan transaksi dan hal ini tidak mungkin dilakukan oleh orang yang tidak memiliki kecakapan yang sempurna, seperti dilakukan oleh anak kecil yang belum berakal atau orang gila.

Adapun keberadaan penjual dan pembeli, meskipun dalam transaksi jual beli *online* tidak bertemu langsung, akan tetapi melalui internet telah terjadi saling tawar-menawar atau interaksi jual beli antara penjual dan pembeli. Dengan demikian syarat orang yang berakad dalam jual beli telah terpenuhi.

b. *Sighat* (Ijab dan Qabul)

Menurut hukum Islam, pernyataan ijab dan qabul dapat dilakukan dengan lisan, tulisan atau surat menyurat, atau isyarat yang memberi pengertian dengan jelas tentang adanya ijab dan qabul dan dapat juga berupa perbuatan yang telah menjadi kebiasaan dalam ijab dan qabul. Ijab dan qabul dalam jual beli perantara, baik melalui orang yang diutus, maupun melalui media tertentu, seperti surat menyurat, telepon. Ulama Fikih telah sepakat menyatakan bahwa jual beli melalui perantara, baik dengan utusan atau melalui media tertentu adalah sah, apabila antara ijab dan qabul sejalan.

Demikian pula pernyataan oleh Sayyid Sabiq, yaitu: menjelaskan bahwa sebagaimana transaksi jual beli biasanya dinyatakan sah dengan ijab qabul, maka demikian pula sah dengan tulisan apabila kedua orang yang akadnya itu berjauhan tempatnya atau orang yang

⁴² Suhartono, “Transaksi E-Commerce Syariah (suatu kajian terhadap perniagaan online dalam perspektif hukum perikatan Islam)”, *Mimbar Hukum dan Peradilan*, no. 72 (2010): 143.

akadnya itu bisu. Tujuan yang terkandung dalam pernyataan ijab dan qabul harus jelas dan dapat dipahami oleh masing-masing kedua belah pihak yang melakukan transaksi jual beli.⁴³

Sedangkan dalam transaksi jual beli *online*, pernyataan kesepakatan sama dengan pernyataan kesepakatan sebagaimana transaksi dalam hukum Islam. Pernyataan ini dapat dilakukan dengan berbagai cara dan melalui berbagai media, selama dapat dipahami maksudnya oleh penjual dan pembeli dan tentunya atas dasar kerelaan antara kedua pihak yang melakukan transaksi.

c. Objek transaksi jual beli

Ulama Fikih sepakat bahwa barang yang dijadikan akad harus sesuai dengan ketentuan syara', seperti objek yang halal, dapat diberikan pada waktu akad, diketahui oleh kedua belah pihak, dan harus suci. Bentuk objek akad dapat berupa benda berwujud dan benda yang tidak berwujud.⁴⁴ Mengenai komoditi atau barang yang dijadikan objek transaksi jual beli *online* terkandung pada penawaran pihak penjual dan pemesanan dari pembeli mengenai jenis barang apa dan bagaimana yang akan dibeli.

Pada dasarnya, objek yang dijadikan komoditi dalam transaksi jual beli *online*, tidak berbeda dengan transaksi yang ada dalam hukum Islam, selama objek transaksi tersebut halal, bermanfaat, serta memiliki kejelasan dalam bentuk, fungsi, dan keadaannya serta dapat diserahkan pada waktu dan tempat yang telah disepakati oleh penjual dan pembeli. Apabila objek jual beli *online* terdapat ketidaksesuaian antara apa yang ditampilkan dilayar internet atau *handphone* dengan barang yang telah diterima oleh pembeli, maka pembeli berhak *khiyar*, apakah ingin mengambil barang itu atau mengembalikannya kepada penjual.

⁴³ Sayyid Sabiq, *Fiqh As-Sunnah Juz 3* (Beirut: Dar Al-Fath lil I'lam al-'Arobi, t.th), 148.

⁴⁴ Chairuman Pasaribu dan Suhrawardi, *Hukum Perjanjian dalam Islam* (Jakarta: Sinar Grafika, 2004), 37.

d. Ada nilai tukar pengganti barang

Para ulama telah sepakat bahwa nilai tukar pengganti barang dalam transaksi harus dapat ditentukan dan diketahui oleh pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi.⁴⁵ Hal ini dimaksudkan untuk menghilangkan ketidakjelasan yang dapat menimbulkan perselisihan dikemudian hari, misalnya pembayaran yang dilakukan dengan uang, harus dijelaskan jumlah dan mata uang yang digunakan atau apabila dengan barang, maka harus dijelaskan jenis, kualitas, sifat barang tersebut.

Jual beli *online*, jika dilihat dari aspek *maqasid syariah*, terdapat kemaslahatan, berupa kemudahan dalam transaksi, dan efisiensi waktu. Karena memang syariat Islam itu ditetapkan untuk kemaslahatan manusia baik di dunia maupun di akhirat. Jual beli dalam hukum Islam juga tidak melihat dari segi jenis atau model sarana yang digunakan, tetapi lebih ditekankan pada prinsip moral seperti kejujuran dan prinsip kerelaan antara kedua belah pihak. Karena menjual barang yang cacat tanpa memberitahukan kepada pembeli tentu dilarang oleh Islam.

Jual beli secara *online* yang biasa dilakukan sehari-hari sangat rentan terjadi resiko atau kerugian pada konsumen. Oleh sebab itu, hukum Islam juga mengatur tentang hak *khiyar* yang bertujuan untuk melindungi hak-hak yang ada pada konsumen, sehingga kemaslahatan yang dituju dalam suatu transaksi tercapai dengan sebaik-baiknya.

Untuk melindungi para konsumen, dalam Fikih Islam dikenal berbagai perangkat istilah hukum, seperti pelarangan *ba'i al-gharar* (jual beli yang mengandung tipuan), pemberlakuan hak *khiyar* (hak untuk melangsungkan atau membatalkan transaksi), beberapa hal yang merusak kebebasan transaksi seperti adanya *al-ghalt* (tidak adanya persesuaian dalam hal jenis atau sifat barang), dan *al-ghu'bu* (adanya tipuan yang disengaja) dan masih banyak lainnya.

⁴⁵ Enang Hidayat, *Fiqih Jual Beli* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), 18-20.

Adapun langkah perlindungan konsumen yang sangat ditekankan dalam sistem ekonomi Islam, yaitu:⁴⁶

1. Perlindungan dari pemalsuan dan informasi tidak benar

Salah satu tujuan promosi atau iklan dalam hal jual beli yang dilakukan dengan tidak jujur adalah agar barang dagangan tersebut laris dan menarik pembeli untuk membelinya dalam Fikih Islam disebut *al-gharar*. *Al-gharar* ialah usaha membawa dan mengiring seseorang dengan cara yang tidak benar untuk menerima suatu hal yang tidak memberi keuntungan disertai dengan rayuan bahwa hal itu mengguntungkannya. Solusi hukum yang diberikan Islam terhadap konsumen apabila terjadi ketidaksesuaian antara promosi dengan sifat barang, maka konsumen akan mempunyai hak *khiyar* (hak untuk membatalkan atau melanjutkan transaksi karena menyembunyikan cacat barang).
2. Perlindungan terhadap hak pilih dan nilai tukar tidak wajar

Penyalahgunaan kelemahan yang terdapat pada diri konsumen seperti mendapatkan informasi yang tidak lengkap, keadaan konsumen yang sedang terdesak untuk memenuhi suatu kebutuhannya, atau keadaan konsumen yang masih lugu dalam hal jual beli. Untuk mengatasi berlakunya harga yang tidak normal, Fikih Islam menawarkan banyak solusi, seperti:

 - a. Pelarangan praktek riba;
 - b. Pelarangan monopoli dan persaingan tidak sehat;
 - c. Pemberlakuan *khiyar al-ghubn al-fahisy* (perbedaan nilai tukar menyolok);
 - d. Pemberlakuan *khiyar al-mustarsil*, yaitu jika pembeli tidak tahu harga di pasar dan tidak pandai menawar;
 - e. Pelarangan jual beli *al-najsy*, yaitu seseorang menambah atau melebihi harga dengan maksud memancing-mancing orang agar mau membeli

⁴⁶ Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi UGM, 2004), 143-154.

- barang kawannya padahal ia sendiri tidak membelinya;
- f. Pemberlakuan *al-tas'ir* atau proteksi harga ketika harga-harga barang tidak terkendali.
3. Perlindungan terhadap keamanan produk dan lingkungan sehat

Menurut ajaran Islam, terdapat lima hal yang wajib dijaga dan kemaslahatannya menjadi tujuan pokok syari'ah, yaitu agama (*al-din*), jiwa (*an-nafs*), akal (*al-'aql*), keturunan (*an-nasl*), dan harta (*al-mal*).

4. Perlindungan dari pemakaian alat ukur tidak tepat

Ketepatan alat ukur di sini adalah ketepatan antara sifat dan kualifikasi barang, yang diminta dengan yang diserahkan dari segala segi, mulai dari ukuran berat, isi, kandungan, dan semua yang tertulis pada label atau yang dijanjikan oleh penjual. Apabila melakukan perbuatan yang bertujuan untuk mengurangi kadar atau komposisi barang, maka hal ini bertentangan dengan firman Allah SWT surah Hud ayat 85:

وَيَقَوْمٍ أَوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ
وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي
الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴿٨٥﴾

Artinya:”Dan Syuaib berkata: “Hai kaumku, cukuplah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-hak mereka dan janganlah kamu membuat kejahatan dimuka bumi dengan kerusakan.” (Q.S. Hud:85)⁴⁷

⁴⁷ Alquran, Hud ayat 35, *Alquran dan Terjemahnya* (Bandung: CV Penerbit J-Art, 2004), 83.

5. Hak mendapat advokasi dan penyelesaian sengketa

Menurut ajaran Islam, apabila hal-hal yang berkaitan dengan hak-hak manusia, apabila dua belah pihak yang bersengketa tidak dapat menyelesaikan masalah mereka secara damai (*al-shulhu*), maka mereka tidak akan dapat memutuskan suatu hukum kecuali dengan melalui peradilan. Apabila kedua belah pihak yang bersengketa merasa keberatan untuk menyelesaikan perkara mereka di depan hakim pengadilan, maka mereka juga dapat mengupayakan penyelesaiannya dengan cara *tahkim* (arbitrase), yaitu melalui seorang penengah atau *al-ahkam* (arbitrator) yang akan member keputusan yang harus ditaati oleh kedua belah .

Adanya persaingan usaha, motif usaha pada beragamnya produk yang ditawarkan oleh para pelaku usaha di era sekarang ini dapat memicu tindakan-tindakan yang menjadikan para pelaku usaha keluar dari norma dan etika berdagang. Hal tersebut dapat menyebabkan adanya kerugian pada konsumen dan berakibat adanya sengketa.

Apabila terjadi persengketaan dalam jual beli, ajaran Islam menghendaki penyelesaian suatu sengketa dengan empat cara, sebagai berikut:

1. Musyawarah

Penyelesaian sengketa melalui musyawarah intinya adalah penyelesaian permasalahan secara dialogis antara kedua belah pihak yang bersengketa dengan mengutamakan asas kekeluargaan. Islam sangat menganjurkan umatnya untuk menyelesaikan sengketa melalui cara musyawarah untuk mufakat. Dengan penyelesaian sengketa bisnis dengan musyawarah, maka akan tetap terjalin hubungan kekeluargaan, dan silaturahmi di antara para pihak yang bersengketa, serta lebih menghemat waktu dan biaya.⁴⁸

2. Mediasi

Penyelesaian sengketa dengan cara mediasi ini dalam Islam disebut dengan *shulhu*. Secara bahasa kata *al-shulhu* artinya memutuskan pertengkaran atau

⁴⁸ Mardani, *Hukum Perikatan Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2013), 249.

perselisihan. *Shulhu* adalah suatu usaha untuk mendamaikan dua pihak yang berselisih, bertengkar, saling dendam, dan bermusuhan dalam mempertahankan hak, dengan usaha tersebut diharapkan akan berakhir perselisihan.⁴⁹

Diutamakannya perdamaian bertujuan untuk mencapai hasil yang dapat memuaskan pihak yang bersengketa. Selain itu juga untuk menghindari adanya permusuhan akibat adanya pihak yang tidak puas dengan hasil keputusan akhir. Dalam perdamaian ini tidak ada pihak yang mengalah total ataupun penyerahan keputusan pada pihak ketiga. Diharapkan dengan adanya perdamaian ini akan menghasilkan *win-win solution* (saling menguntungkan).

3. Arbitrase

Dalam ekonomi Islam, arbitrase dapat dipadankan dengan kata *tahkim*. *Tahkim* berarti menjadikan seseorang untuk menjadi pencegah suatu sengketa. Secara terminologis, *tahkim* yaitu tempat bersandarnya dua orang yang bertikai kepada seseorang yang mereka ridhai keputusannya untuk menyelesaikan pertikaian para pihak yang bersengketa. Penyelesaian sengketa secara *tahkim* ini biasanya digunakan apabila proses penyelesaian antara kedua belah pihak dengan cara damai (*shulhu*).⁵⁰

4. Pengadilan (*qadha*)

Sesungguhnya penyelesaian sengketa yang paling baik terhadap perlindungan hak konsumen adalah dengan adanya hukum dan badan penawas pemerintah yang akan mampu memonitor segala pelanggaran hak konsumen. Dalam sejarah Islam, telah dikenalkan sebuah struktur hukum yang aktif dan efektif untuk membela hak-hak konsumen, yaitu *jawatan al-hisbah*.

Jawatan al-hisbah adalah lembaga penegak hukum di samping kehakiman dan kejaksanaan, dan polisi. Kekuasaan peradilan dalam Islam ada tiga yaitu

⁴⁹ Abdul Rahman Ghazaly dan Ghufron Ihsan, *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2010), 195..

⁵⁰ Mardani, *Hukum Perikatan Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2013), 264.

wilayah al-muzhalim (pengawas aparaturnegara dan penegak hukum publik yang tidak mampu ditanggung oleh *qadhi* dan *wali hisbah*), *wilayah al-qadha al-'adi* (penegak hukum sipil dan publik), *wilayah al-hisbah* (penegak dan pengawas langsung hukum sipil dan ketertiban umum). Tugas *jawatan al-hisbah* adalah bagian dari tugas kekuasaan peradilan dan juga turut menaungi permasalahan yang berhubungan dengan *wilayah al-muzhalim* dan *al-syurthah* (polisi).⁵¹

Berdasarkan uraian di atas dapat ditegaskan bahwa hukum ekonomi Islam telah memuat secara lengkap tentang perlindungan konsumen. Hal ini bisa dilihat dari berbagai perangkat seperti pelarangan *ba'i al-gharar* (jual beli mengandung tipuan), pemberlakuan hak *khiyar*, beberapa hal yang merusak kebebasan transaksi seperti adanya *al-ghalt* (tidak adanya persesuaian dalam hal jenis atau sifat barang), dan *al-ghubu* (tipuan yang disengaja) dan masih banyak lagi. Perangkat ini dapat dijadikan perisai bagi perlindungan konsumen, di samping perangkat lainnya.

Sedangkan terkait dengan penyelesaian sengketa konsumen, menurut konsep Islam akan lebih baik bila melalui badan peradilan khusus yang di dalam Islam disebut *jawatan al-hisbah*. Meskipun pada dasarnya penyelesaian sengketa melalui jalur perdamaian (*al-shulhu*) sangat baik dan bahkan dianjurkan oleh hukum Islam, namun karena konsumen berada pada posisi yang lemah, justru akan merugikan konsumen.

⁵¹ Mardani, *Hukum Perikatan Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2013), 267-268.