

**JUAL BELI PRODUK TANPA LABEL HARGA DITINJAU MENURUT
PERSPEKTIF *BAI' MU'ĀTAH* DAN UU NO. 8 TAHUN 1999
TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN
(Studi Kasus pada Swalayan Gampong Kopelma Darussalam
Kota Banda Aceh)**

SKRIPSI



Diajukan Oleh

AMNA MARIYAH

NIM. 121309947

**Mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum
Prodi Hukum Ekonomi Syariah**

**FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
DARUSSALAM-BANDA ACEH
2019 M/ 1441 H**

**JUAL BELI PRODUK TANPA LABEL HARGA DITINJAU MENURUT
PERSPEKTIF *BAl' MU'ATAH* DAN UU NO. 8 TAHUN 1999
TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN
(Studi Kasus Pada Swalayan Gampong Kopelma Darussalam
Kota Banda Aceh)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Ar-Raniry
Darussalam Banda Aceh Sebagai Salah Satu Beban Studi
Program Sarjana (S1) Hukum Ekonomi Syari'ah

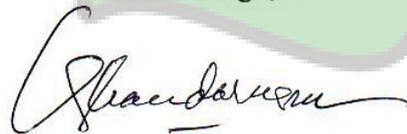
Oleh

Amna Mariyah
Mahasiswi Fakultas Syariah dan Hukum
Prodi Hukum Ekonomi Syariah
NIM: 121309947

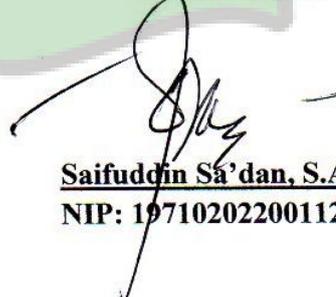
Disetujui untuk Diuji/dimunaqasyahkan oleh :

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Prof. Dr. Iskandar Usman, MA
NIP: 195605131981031005



Saifuddin Sa'dan, S.Ag., M.Ag
NIP: 197102022001121002

**JUAL BELI PRODUK TANPA LABEL HARGA DITINJAU MENURUT
PERSPEKTIF *BAY' MU'ATAH* DAN UU NO. 8 TAHUN 1999
TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN
(Studi Kasus pada Swalayan Gampong Kopelma Darussalam
Kota Banda Aceh)**

SKRIPSI

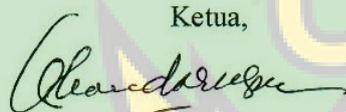
Telah Diuji Oleh Panitia Ujian *Munaqasyah* Skripsi
Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Ar-Raniry dan Dinyatakan Lulus
Serta Diterima Sebagai Satu Beban Studi Program Sarjana (S.1)
Dalam Ilmu Hukum Islam

Pada Hari/Tanggal

: Rabu, 26 Juni 2019 M
22 Syawal 1440 H

Di Darussalam-Banda Aceh
Panitia Sidang *Munaqasyah* Skripsi

Ketua,



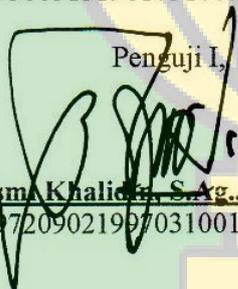
Prof. Dr. Iskandar Usman, MA
NIP: 195605131981031005

Sekretaris,



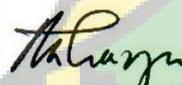
Saifuddin Sa'dan, S.Ag., M.Ag
NIP: 197102022001121002

Penguji I,



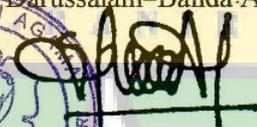
Dr. Bisma Khalida, S.Ag., M.Si
NIP: 197209021997031001

Penguji II,



Nahara Eriyanti, S.HI., MH
NIDN:2020029101

Mengetahui,
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Ar-Raniry
Darussalam-Banda Aceh



Muhammad Siddiq, MH, PhD
NIP: 197703032008011015



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp./ Fax. 0651-7557442 Email : fsh@ar-raniry.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Amna Mariyah
NIM : 121309947
Prodi : Hukum Ekonomi Syari'ah
Fakultas : Syariah dan Hukum UIN Ar-Raniry

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.**
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.**
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.**
- 4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.**
- 5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.**

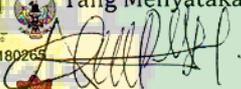
Bila dikemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Syariah dan Hukum UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 19 Juni 2019

Yang Menyatakan




(Amna Mariyah)

AR-RANIRY

ABSTRAK

Nama : Amna Mariyah
NIM : 121309947
Fakultas/ Prodi : Syari'ah dan Hukum/ Hukum Ekonomi Syari'ah
Judul : Jual Beli Produk Tanpa Label Harga Ditinjau Menurut Perspektif *Bai' Mu'ātah* dan UU NO.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus Pada Swalayan Gampong Kopelma Darussalam Kota Banda Aceh)
Pembimbing I : Prof. Dr. Iskandar Usman, MA
Pembimbing II : Saifuddin Sa'dan, M.Ag
Kata Kunci : *Jual Beli, Label, Bai' Mu'ātah, UU NO.8 Tahun 1999*

Dalam UU No. 8 Tahun 1999 terdapat 9 hak konsumen yang wajib dipenuhi oleh pelaku usaha. Selain itu Peraturan Menteri Perdagangan R.I. Nomor 35/M-DAG/PER/7/2013 mewajibkan pengusaha mencantumkan harga pada barang atau jasa yang diperjualbelikan secara jelas. Namun transaksi pada swalayan Gampong Kopelma Darussalam Kota Banda Aceh, pihak swalayan tidak mencantumkan label harga pada produk dagang yang dijual, padahal label harga sangat penting bagi konsumen yang berbelanja. Dari latar belakang tersebut melahirkan dua rumusan masalah yaitu bagaimana pendapat konsumen terhadap praktik jual beli produk tanpa label harga pada Swalayan Gampong Kopelma Darussalam Kota Banda Aceh dan bagaimana tinjauan konsep *bai' mu'ātah* dan UU No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen terhadap praktik jual beli produk tanpa label harga pada Swalayan Gampong Kopelma Darussalam Kota Banda Aceh. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif analitis, yaitu suatu metode yang bertujuan membuat gambaran yang sistematis, faktual, dan akurat tentang situasi-situasi sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, *pertama* para konsumen merasa dirugikan dan direpotkan dengan tidak adanya label. Alasan utama pihak swalayan memang tidak mencantumkan label harga dikarenakan tidak stabilnya harga suatu produk yang dijual, *Kedua*, menurut konsep *bai' mu'ātah* jual beli tanpa label harga pada swalayan Gampong Kopelma Darussalam dapat dikatakan mengandung unsur-unsur yang melanggar syarat sah jual beli, di antaranya *ghahar* (ketidakjelasan atau tipuan), *ikrāh* (paksaan). Sedangkan menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen serta dipertegas oleh Permendang No. 35 Tahun 2013 Tentang Pencantuman Harga Barang dan Tarif Jasa Yang Diperdagangkan bahwa tidak dibenarkan pelaku usaha tidak mencantumkan harga.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt, berkat *qudrah* dan *iradah*-Nya penulis telah dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Jual Beli Produk Tanpa Label Harga Ditinjau Menurut Perspektif *Bai’ Muāṭah* dan UU No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus Pada Swalayan Gampong Darussalam Kota Banda Aceh)”.Shalawat beriring salam senantiasa penulis sampaikan keharibaan Nabi Muhammad Saw beserta keluarga dan sahabatnya. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu tugas dan syarat dalam menyelesaikan studi dan mencapai gelar sarjana di Fakultas Syari’ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.

Keberhasilan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak yang telah memberi masukan serta saran sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karna itu dalam kesempatan ini dengan kerendahan hati penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Muhammad Siddiq, MH, PhD selaku Dekan Fakultas Syari’ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
2. Bapak Arifin Abdullah, S.HI.,M.H selaku Ketua Program Studi (Prodi) Hukum Ekonomi Syariah (HES).
3. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Prof. Dr, Iskandar Usman, MA selaku pembimbing I dan Bapak Saifuddin Sa’dan, M.Ag selaku pembimbing II, yang telah banyak berkenan meluangkan

waktu untuk senantiasa membimbing penulis serta memberikan dorongan dan masukan dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

4. Ucapan terima kasih yang teristimewa kepada orang tua tercinta ayahanda Syamsuddin dan Ibunda Cut Asyiyah yang tidak hentinya selalu mendoakan serta memberikan dukungan baik moral maupun material sehingga penulis bisa menyelesaikan pendidikan di Fakultas Syariah dan Hukum UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
5. Terima kasih kepada kakanda tercinta Nur Adianni, S.Pd dan Syawaluddin, S.KM yang selalu memberikan nasehat dan semangat untuk terus melangkah ke depan demi menggapai cita-cita serta telah membimbing, dan mendo'akan penulis hingga mampu menyelesaikan skripsi ini.
6. Terima kasih juga disampaikan kepada seluruh Bapak/Ibu dosen dan karyawan perpustakaan serta seluruh civitas akademika dalam lingkungan Fakultas Syari'ah dan Hukum yang telah membantu menyelesaikan penulisan skripsi ini.
7. Terima kasih juga disampaikan kepada responden dan informan yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan masukan dan jawaban terhadap wawancara yang telah dilakukan.
8. Terima kasih kepada para sahabat seperjuangan Cut Putri Aryunita, Rima Asmaul Husna, serta seluruh teman prodi HES unit 7 angkatan 2013 (Hes U-sev) yang telah sama-sama berjuang melewati suka cita disetiap perkuliahan yang selalu memberi semangat untuk tetap fokus dan sabar di saat rasa jenuh dan lemah dalam menyelesaikan skripsi ini.

9. Terima kasih kepada para sahabat pejuang skripsi kos 2 Fm Nurhabibah, Wirda Izah Farziah, yang telah memberikan semangat serta berbagi suka duka dalam proses penyelesaian penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi yang sangat sederhana ini masih banyak terdapat kekurangan dan kelemahan. Oleh karena itu penulis sangat berharap kritikan dan saran yang konstruktif dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini.

Kepada Allah SWT jualah penulis berserah diri dengan harapan semoga yang telah penulis lakukan selama penulisan ini bermanfaat serta mendapat ridha dan maghfirah dari Allah Swt. *Āmīn yā Rabb al- Ālamīn.*

Banda Aceh, 15 Desember 2018

Amna Mariyah



DAFTAR ISI

LEMBARAN JUDUL	
LEMBARAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
LEMBARAN PENGESAHAN SIDANG	
LEMBARAN PERNYATAAN KEASLIAN	
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
TRANSLITERASI	xi
BAB SATU : PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Penjelasan Istilah	8
1.5. Kajian Pustaka	11
1.6. Metode Penelitian	13
1.7. Sistematika Pembahasan.....	16
BAB DUA : BAI' MU'ĀṬAH DALAM FIQH MUAMALAH DAN PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM UU NO. 8 TAHUN 1999	
2.1. Konsep <i>bai' mu'āṭah</i> dalam fiqh muamalah	18
2.1.1. Pengertian <i>bai' mu'āṭah</i>	18
2.1.2. Dasar hukum <i>bai' mu'āṭah</i>	20
2.1.3. Bentuk akad dalam <i>bai' mu'āṭah</i>	21
2.1.4. Pendapat Imam Mazhab tentang <i>bai' mu'āṭah</i> ...	24
2.2. Konsep Perlindungan Konsumen Dalam UU NO.8 TAHUN 1999	26
2.2.1. Pengertian perlindungan konsumen.....	26
2.2.2. Asas perlindungan konsumen.....	32
2.2.3. Hak dan kewajiban konsumen.....	34
2.2.4. Tujuan perlindungan konsumen	41
BAB TIGA : JUAL BELI PRODUK TANPA LABEL HARGA DITINJAU MENURUT PERSPEKTIF BAI' MU'ĀṬAH DAN UU NO. 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN	
3.1. Profil Swalayan di Gampong Kopelma Darussalam	43
3.2. Kebijakan Pihak Swalayan Tidak Mencantumkan Label Harga Pada Produk yang Diperdagangkan.....	46
3.3. Tanggapan Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli Produk Tanpa Label Harga pada Swalayan Gampong Kopelma Darussalam.....	51

3.4. Tinjauan Konsep <i>Bai' Mu'ātah</i> dan UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Mengenai Praktik Jual Beli Produk Tanpa Label Harga	55
--	----

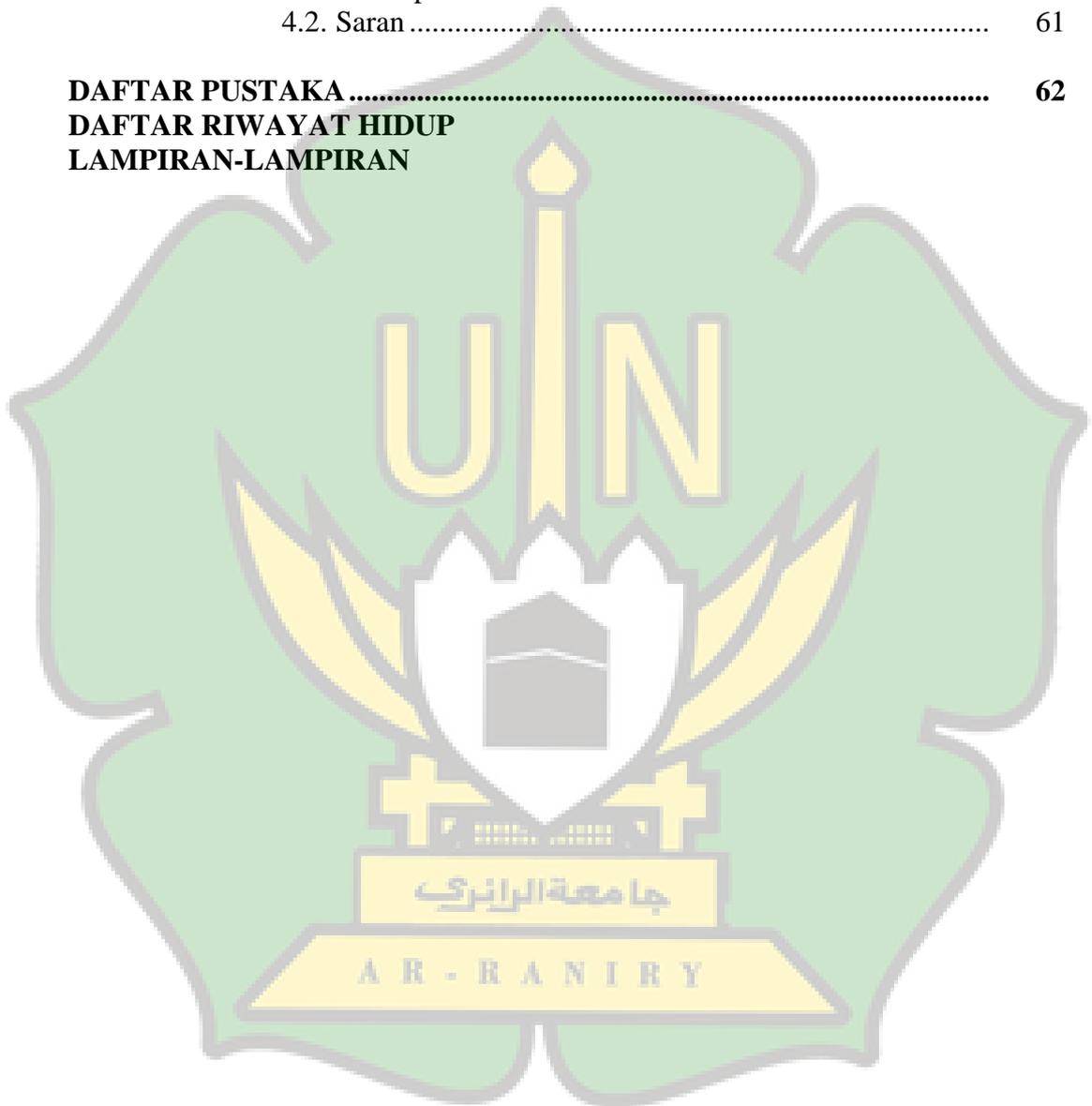
BAB EMPAT : PENUTUP

4.1. Kesimpulan	60
4.2. Saran	61

DAFTAR PUSTAKA	62
-----------------------------	-----------

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN-LAMPIRAN



BAB SATU PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Hubungan sosial antara manusia yang satu dan manusia yang lain dalam hukum Islam dikenal dengan istilah muamalah. Kata muamalah berasal dari bahasa Arab (معاملة) yang secara etimologis sama dan semakna dengan kata *mufā'alah* (saling berbuat). Kata ini menggambarkan suatu aktivitas yang dilakukan oleh seseorang dengan seseorang atau beberapa orang dalam memenuhi kebutuhan masing- masing.¹ Muamalah juga berarti hukum- hukum *syara'* yang berhubungan dengan urusan dunia untuk melanjutkan eksistensi kehidupan seseorang. Terdapat macam-macam bentuk muamalah, misalnya saja jual beli, sewa-menyewa, pinjam-meminjam, gadai, upah, pemindahan hutang, kerjasama usaha dua pihak atau lebih (*syirkah*), perwakilan (*wakālah*), dan lain sebagainya. Dari berbagai macam bentuk muamalah, jual beli adalah transaksi muamalah yang paling umum dan sering dilakukan oleh manusia.

Jual beli secara terminologi fikih dikenal dengan istilah *al- bai'* yang berarti menjual, mengganti, dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Menurut Hanafiah pengertian jual beli (*al-bai'*) adalah tukar menukar harta benda atau sesuatu yang diinginkan dengan sesuatu yang sepadan melalui cara tertentu yang bermanfaat. Adapun menurut Malikiyah, Syafi'iyah, dan Hanabilah, jual beli (*al-bai'*) adalah tukar menukar harta benda dengan harta benda dalam bentuk

¹ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 2

pemindahan milik dan kepemilikan.² Sedangkan menurut Pasal 20 ayat (2) Kompilasi Hukum Ekonomi Syari'ah, *bai'* adalah jual beli antara benda dan benda, atau pertukaran antara benda dan uang.³ Secara umum jual beli adalah perjanjian tukar-menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela di antara kedua belah pihak sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan *syara'* dan juga telah disepakati.⁴

Dasar hukum jual beli adalah *mubāh* atau boleh berdasarkan apa yang telah disyariatkan oleh Alquran, Sunnah, dan Ijmak para ulama. Adapun dalil Alquran mengenai jual beli adalah surat *al-Baqarah* ayat 275 yang berbunyi:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: “dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”.

Dasar hukum jual beli di bawah ini menjelaskan bahwa sebagai umat islam yang beriman kita dilarang memakan harta orang lain secara batil melainkan dengan cara perniagaan. Hal ini terdapat dalam Alquran surat *al-Nisā'* ayat 29 yang berbunyi:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu sekalian memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka-sama suka diantara kamu, dan janganlah

² *Ibid.*, hlm. 101

³ *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 16

⁴ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 69

kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu.

Di dalam jual beli terdapat beberapa syarat dan rukun yang harus dipenuhi oleh para pihak, sehingga jual beli itu dikatakan sah oleh *syara'*. Rukun dalam jual beli ada empat, yaitu adanya orang yang berakad, adanya *ṣīghāt* (lafaz ijab dan kabul), adanya barang yang dibeli, adanya nilai tukar pengganti barang tersebut. Sedangkan syarat dari suatu jual beli itu ada empat, syarat pada orang yang berakad, syarat terkait dengan ijab kabul, syarat barang yang dijualbelikan, dan syarat-syarat nilai tukar barang (harga barang).⁵ Mengenai syarat terhadap nilai tukar suatu barang (harga barang) hal yang harus dipenuhi adalah diketahuinya harga barang yang dijual dengan bilangan nominal.⁶

Transaksi jual beli yang dilakukan manusia bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, baik kebutuhan primer maupun kebutuhan sekunder. Menurut Imam al-Ghazali kebutuhan (*hājah*) adalah keinginan manusia untuk mendapatkan sesuatu yang diperlukan dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidupnya dan menjalankan fungsinya. Manusia dibagi menjadi dua kelompok yaitu produsen dan konsumen, kelompok produsen adalah suatu kelompok yang menghasilkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia, serta kelompok konsumen ialah suatu kelompok masyarakat yang mengkonsumsi dan memanfaatkan barang dan jasa yang dihasilkan oleh kelompok produsen.⁷

⁵ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), hlm. 115

⁶ Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah*, (Beirut: Dār al- Fath al- Arabia, 1990), hlm. 276

⁷ Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Ekstusif Ekonomi Islam*, (Jakarta : Kencana, 2006), hlm . 69

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin maju, dunia perdaganganpun semakin mengalami corak tersendiri dan menjurus kepada masyarakatnya yang sangat menyukai hal-hal yang praktis. Contohnya sekarang masyarakat lebih suka membeli barang kebutuhan sehari-harinya di supermarket atau minimarket karena produk di tempat tersebut lebih lengkap dan banyak variasinya, berada dalam satu wilayah, selain faktor diatas harga produk yang ditawarkan di tempat tersebut juga murah dan terjangkau. Sehingga bagi konsumen akan sangat efektif dan efisien berbelanja di supermarket atau minimarket. Transaksi jual beli yang saat ini lazim dipraktekkan pada supermarket atau swalayan-swalayan adalah pihak penjual menawarkan barang dagangannya dengan cara memajang barang tersebut di rak-rak khusus yang telah diatur dan ditata sedemikian rupa sesuai dengan jenis barang-barang yang dibutuhkan oleh konsumen, hal tersebut dilakukan agar memudahkan konsumen dalam mencarinya. Setelah konsumen menemukan produk atau barang yang dibutuhkannya maka konsumen membawa barang tersebut ke meja kasir dan membayarnya tanpa adanya proses ijab kabul karena sudah terbiasa dengan adanya pembayaran dengan sistem komputer. Jual beli seperti ini dalam Islam lazim disebut sebagai jual beli *mu'āṭah*. atau *bai' mu'āṭah*.

Bai' mu'āṭah atau *al-ta'āfi* atau *al-murāwāḍah* adalah sebuah akad atau transaksi yang terkadang dilakukan tanpa menggunakan perkataan atau ucapan melainkan langsung dengan perbuatan yang dilakukan oleh orang yang berakad. Dengan perkataan lain, akad *bai' al- mu'āṭah* adalah suatu akad yang dilakukan

oleh dua orang dengan perbuatan langsung tanpa adanya ijab dan kabul.⁸ Dalam *bai' mu'ātah* tidak ada proses tawar-menawar harga seperti jual beli biasanya, seperti yang biasanya terjadi di supermarket atau swalayan, harga telah dicantumkan pada produk atau barang yang ditawarkan, penjual dan konsumen bebas memilih produk atau barang yang diinginkan sesuai dengan kemampuan finansial konsumen dalam membayarnya.

Oleh karena itu pelaku usaha dituntut harus memberikan informasi yang lengkap terhadap produk yang diperjualbelikan agar terpenuhinya hak konsumen terhadap jelasnya informasi yang ia peroleh sebagaimana yang dijelaskan dalam UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen pada Pasal 3 huruf (d) disebutkan bahwa tujuan dari perlindungan konsumen adalah menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.

Dalam UU No. 8 Tahun 1999 terdapat 9 hak konsumen yang wajib dipenuhi oleh pelaku usaha seperti pada Pasal 4 huruf (b) disebutkan bahwa konsumen memiliki hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi jaminan yang dijanjikan. Pada huruf (c) Undang-Undang tersebut disebutkan bahwa konsumen berhak mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.

Informasi yang benar, jelas, dan jujur yang harus disampaikan pelaku usaha itu bukan hanya mengenai kelebihan dan kekurangan produk yang

⁸ Gemala Dewi, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia* (Jakarta: Kencana, 2005), hlm.137

ditawarkan, namun juga transparansi terhadap kejelasan dan kebenaran terhadap harga produk yang diperdagangkan, karena transparansi harga tersebut sangat penting agar terciptanya kenyamanan konsumen dalam memilih dan membeli barang yang dibutuhkannya.

Mengenai permasalahan tidak dicantumkan label harga pada produk yang diperdagangkan oleh pelaku usaha maka pemerintah melalui Kementerian Perdagangan (Kemendag) mewajibkan pengusaha mencantumkan harga pada barang atau jasa yang mereka perjualbelikan secara jelas, mudah dibaca dan dilihat oleh konsumen, hal ini sesuai dengan Peraturan Menteri Perdagangan R.I. Nomor 35/M-DAG/PER/7/2013 Tentang Pencantuman Harga Barang dan Tarif Jasa Yang Diperdagangkan.

Dalam hubungan jual beli antara pelaku usaha atau penjual (produsen) dan pembeli (konsumen) pasti sering timbul masalah-masalah yang akhirnya mengakibatkan ketidaknyamanan dan kerugian, baik dari pihak produsen ataupun konsumen. Contohnya transaksi jual beli produk pada swalayan-swalayan di Gampong Kopelma Darussalam Kota Banda Aceh, banyak konsumen termasuk penulis sendiri yang merasa dirugikan karena tidak terpenuhinya hak sebagai konsumen yang semestinya mendapatkan pelayanan yang baik oleh pihak swalayan, seperti pihak swalayan tidak mencantumkan label harga pada produk dagang yang ia tawarkan, padahal label harga sangat penting dan sangat membantu konsumen berbelanja di supermarket atau minimarket. Konsumen merasa tidak nyaman dengan hal tersebut, karena dengan tidak dicantumkan label harga pada produk tersebut maka konsumen diharuskan bertanya lagi pada karyawan atau pihak swalayan. Bahkan menurut pengalaman penulis sendiri

sebagai konsumen saat menanyakan kepada karyawan swalayan tersebut mereka tidak mengetahui berapa harga pasti dari produk tersebut, bahkan karyawan menyuruh konsumen agar meminta kasir melakukan proses *scanner* harga pada produk tersebut. Sebenarnya hal ini sangat merepotkan dan tidak efisien bagi konsumen karena pada dasarnya swalayan diciptakan sebagai tempat berbelanja yang praktis bagi konsumen.

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, penulis tertarik meneliti lebih lanjut mengenai **“Jual Beli Produk Tanpa Label Harga Ditinjau Menurut Konsep *Bai’ Mu’ātah* dan UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus Pada Swalayan Gampong Kopelma Darussalam Kota Banda Aceh)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pendapat konsumen terhadap praktik jual beli produk tanpa label harga pada Swalayan Gampong Kopelma Darussalam Kota Banda Aceh?
2. Bagaimana tinjauan konsep *bai’ mu’ātah* dan UU No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen terhadap praktik jual beli produk tanpa label harga pada Swalayan Gampong Kopelma Darussalam Kota Banda Aceh?

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pendapat konsumen terhadap praktik jual beli produk tanpa label harga pada Swalayan Gampong Kopelma Darussalam Kota Banda Aceh.
2. Untuk mengetahui tinjauan konsep *bai' mu'āṭah* dan UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen terhadap praktik jual beli produk tanpa label harga pada Swalayan Gampong Kopelma Darussalam Kota Banda Aceh.

1.4. Penjelasan Istilah

Agar tidak terjadi perbedaan pemahaman tentang judul skripsi ini, maka penulis memberikan penjelasan terhadap istilah yang terdapat pada judul skripsi. Istilah-istilah tersebut adalah:

1. Jual beli

Jual beli adalah suatu transaksi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih dalam bentuk pertukaran barang dan jasa, atau proses pertukaran barang dengan uang secara sah menurut hukum dan pembayaran dilakukan secara tunai. Jual beli juga didefinisikan dengan menukar barang dengan barang atau barang dengan uang dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan.⁹

2. Produk

⁹ Hendi Suhendi, *Fiqih Muamalah.....*, hlm. 67

Produk ialah barang atau jasa yang ditambah gunanya atau nilainya dalam proses produksi dan menjadi hasil akhir dari proses produksi tersebut, produk merupakan hal yang bersifat kebendaan seperti barang, bahan, atau bangunan yang merupakan hasil konstruksi.¹⁰

3. Label harga

Label harga terdiri dari dua kata yaitu label dan harga. Label adalah sepotong kertas (kain, logam, kayu, dan sebagainya) yang ditempelkan pada barang dan menjelaskan tentang nama barang, nama pemilik, tujuan, alamat dan sebagainya.¹¹ Sedangkan harga adalah nilai barang yang ditentukan atau dirupakan dengan uang, atau harga adalah jumlah uang atau alat tukar lain yang senilai, yang harus dibayarkan untuk produk atau jasa, pada waktu tertentu dan di pasar tertentu.¹² Jadi label harga adalah kertas yang berisi keterangan tentang harga yang digantungkan pada sebuah produk yang dipajang atau dijual di toko. Label ini sangat membantu pembeli untuk mempertimbangkan barang yang akan dibeli oleh pembeli atau konsumen.¹³

4. *Bai' mu'āṭah*

Bai' mu'āṭah atau jual beli *mu'āṭah* adalah suatu akad yang dilakukan oleh dua orang dengan perbuatan langsung tanpa menggunakan ijab dan kabul. Hal ini sering terjadi pada proses jual beli di supermarket atau swalayan yang tidak ada

¹⁰ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Diadit Media, 2002), hlm. 701

¹¹ Departement Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama, 2011), hlm.767

¹² *Ibid.*, hlm.482

¹³ https://brainly.co.id/tugas/7891190/Label_Harga diakses pada tanggal 30 Maret 2017.

proses tawar-menawar. Pihak pembeli telah mengetahui harga barang yang dicantumkan pada barang tersebut.¹⁴

5. Swalayan

Swalayan dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (KBBI) diartikan dengan pelayanan sendiri (mandiri) oleh pembeli karena perusahaan tidak menyediakan pramuniaga.¹⁵

6. Perlindungan konsumen

Istilah perlindungan konsumen terdiri dari dua kata, yaitu perlindungan dan konsumen. Perlindungan dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (KBBI) berarti “tempat berlindung” hal (perbuatan), perlindungan juga berarti proses, cara, perbuatan yang melindungi.¹⁶ Sedangkan konsumen dalam KBBI diartikan dengan pemakai barang hasil produksi (bahan pakaian dan makanan), atau pemakai jasa.¹⁷ Secara harfiah Konsumen berasal dari kata *consumer* (Inggris-Amerika), atau *consument/konsument* (Belanda), yang berarti setiap orang yang menggunakan barang atau setiap orang yang mendapatkan barang untuk dipakai dan tidak untuk diperdagangkan atau diperjualbelikan lagi.¹⁸

Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Kepastian hukum itu meliputi segala upaya untuk memberdayakan konsumen memperoleh

¹⁴ Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah: untuk UIN, STAIN, PTAIS dan Umum*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), hlm. 95.

¹⁵ Departement Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011), hlm. 1366

¹⁶ *Ibid.*, hlm. 830

¹⁷ *Ibid.*, hlm. 728

¹⁸ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), hlm. 22.

atau menentukan pilihannya atas barang dan/atau jasa kebutuhannya serta mempertahankan atau membela hak-haknya apabila dirugikan oleh perilaku pelaku usaha penyedia kebutuhan konsumen tersebut.¹⁹

1.5 Kajian Pustaka

Kajian mengenai praktik jual beli produk tanpa label harga yang dilakukan oleh pihak swalayan ditinjau menurut konsep jual beli dalam muamalah dan UU No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen belum dilakukan secara spesifik. Oleh karena itu penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai hal tersebut.

Ada beberapa judul skripsi yang berkaitan dengan judul penelitian yang sedang penulis lakukan yaitu di antaranya: skripsi Wijaya Kusuma Eka Putri, Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kali Jaga Yogyakarta Tahun 2013, yang berjudul "*Konsep Bai' Al- Mu'athah (Studi Pemikiran Imam Syafi'i Dan Relevansinya Terhadap Transaksi Jual Beli Minuman Dengan Vending Machine)*". Skripsi ini membahas tentang jual beli minuman dengan *vending machine* menurut Imam Syafi'i. Hasil penelitiannya menunjukkan jual beli *mu'āṭah* tidak sah jika tidak saling ridha. Saling ridha adalah kata yang universal dan dapat dilihat dengan kesesuaian ucapan atau tulisan serta isyarat, bahkan tidak sah jual beli tanpa ijab kabul dan tidak ada bedanya baik itu barang yang berharga atau barang yang tidak berharga karena ijab kabul adalah bagian dari jual beli yang harus diucapkan secara verbal. Menurut penulisnya, pemikiran

¹⁹ Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*, (Jakarta: Kencana, 2008), hlm. 4.

Imam Syafi'i masalah relevan jika menyangkut benda- benda berharga yang nominalnya di atas standar jual beli masyarakat dan tidak relevan untuk benda kecil yang sudah menjadi kebiasaan masyarakat ketika melakukan transaksi.

Skripsi Khabibul Wakhit, Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kali Jaga Yogyakarta Tahun 2016 yang berjudul "*Jual Beli Makanan Tanpa Label Harga Dalam Perspektif Ideologi Hukum dan Yuridis (Studi Angkringan Modern di Kota Yogyakarta)*". Skripsi ini membahas tentang praktik jual beli makanan tanpa label harga yang dilakukan oleh pelaku usaha dengan menjual dagangannya tanpa mencantumkan harga pada barang tersebut kepada konsumen yang sebagian besar merupakan pendatang dari luar kota. Praktik yang terjadi adalah konsumen biasanya membayar di akhir setelah mengonsumsi makanan yang diperjualbelikan, maka hal seperti ini akan berpotensi terjadi permainan harga sehingga tidak terpenuhinya asas *al-ṣiddīq* (*kejujuran dan kebenaran*).

Dalam kajian penelitian ini yang menjadi perbedaan dengan penelitian-penelitian yang disebutkan di atas adalah kajian penelitian ini lebih menjurus pada jual beli produk tanpa label harga yang terjadi pada swalayan yang tersebar di Gampong Kopelma Darussalam dengan melihat ketentuan yang terdapat dalam konsep *bai' mu'ātah* dan bagaimana konsumen mengambil sikap atas permasalahan ini sebagaimana yang terdapat dalam UU Perlindungan Konsumen itu sendiri.

1.6 Metode Penelitian

Untuk keberhasilan penelitian sangat dipengaruhi oleh metode penelitian yang dipakai untuk mendapatkan data yang akurat dari objek penelitian tersebut.

Metode dapat diartikan sebagai suatu cara atau teknik yang dilakukan dalam proses penelitian. Penelitian juga berarti upaya dalam bidang ilmu pengetahuan yang dijalankan untuk memperoleh fakta-fakta dan prinsip-prinsip dengan sabar, hati-hati, dan sistematis untuk mewujudkan kebenaran.²⁰

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif analitis, yaitu suatu metode yang bertujuan membuat gambaran yang sistematis, faktual, dan akurat tentang situasi-situasi sosial.²¹ Data-data yang disajikan dalam penelitian ini bersifat kualitatif.

1.6.1. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian adalah suatu tempat yang dipilih sebagai tempat yang ingin diteliti untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penulisan karya ilmiah. Dalam penulisan karya ilmiah ini lokasi penelitiannya adalah swalayan di Jl. Teuku Nyak Arief, Kopelma Darussalam, Kecamatan Syiah Kuala Kota Banda Aceh.

1.6.2. Teknik pengumpulan data

Dalam pengumpulan data yang berhubungan dengan objek kajian, baik data primer maupun data sekunder. Penulis melakukan penelitian kepustakaan (*library research*) dan penelitian lapangan (*field research*).

1. Penelitian kepustakaan (*library research*)

²⁰ Mardalis, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Akasara, 2006), hlm. 24

²¹ Muhammad Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 1998), hlm. 63

Penelitian kepustakaan atau *library research* adalah suatu penelitian data sekunder dengan cara membaca dan menelaah serta mengkaji lebih dalam sumber- sumber bacaan seperti buku-buku, makalah, ensiklopedi, artikel internet dan sumber lainnya yang berkaitan dengan penulisan ini sebagai data yang bersifat teoritis.

2. Penelitian lapangan (*field research*)

Penelitian lapangan atau *field research* adalah pengumpulan data primer dan merupakan suatu penelitian lapangan yang penulis lakukan secara langsung dengan mendatangi langsung swalayan di Jl. Teuku Nyak Arief, Kopelma Darussalam, Kecamatan Syiah Kuala Kota Banda Aceh. Selain itu peneliti juga mengumpulkan data dari para konsumen yang melakukan transaksi di swalayan tersebut. Dengan itu penelitian ini diharapkan akan memperoleh data yang valid dan juga akurat.

Penelitian lapangan penulis lakukan melalui dua cara, yaitu observasi dan wawancara.

a. Observasi

Observasi yaitu pengamatan yang dilakukan dalam rangka pengumpulan data dalam suatu penelitian. Observasi bisa juga diartikan sebagai pengamatan terhadap fenomena yang terjadi di luar yang ditulis secara sistematis. Penulis akan melakukan observasi pada swalayan di Jl. Teuku Nyak Arief, Kopelma Darussalam, Kecamatan Syiah Kuala Kota Banda Aceh untuk mengetahui bagaimana praktik transaksi jual beli produk tanpa label harga tersebut.

b. Wawancara (*interview*)

Wawancara atau *interview* merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara tanya jawab antara pewawancara dan yang diwawancarai untuk meminta keterangan atau pendapat tentang suatu hal yang diketahui.²² Adapun populasi Swalayan di Gampong Kopelma Darussalam berjumlah 5 Swalayan, dan satu di antaranya adalah Indomaret. Sedangkan yang menjadi *informan* dalam penulisan ini adalah 4 Swalayan serta 12 (dua belas) orang konsumen, yaitu 3 (tiga) orang konsumen dari masing-masing swalayan yang melakukan transaksi jual beli tersebut.

1.6.3. Instrumen pengumpulan data

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu alat perekam dan alat tulis untuk mencatat hasil wawancara dengan para informan serta data/keterangan yang berkaitan dengan topik pembahasan.

1.7 Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan para pembaca dalam mengikuti pembahasan proposal ini, maka penulis menjabarkan pembahasannya ke dalam empat bab yang terurai dalam berbagai sub bab sebagai berikut:

Bab satu merupakan bab pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, penjelasan istilah, kajian pustaka, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab dua merupakan pembahasan yang memaparkan tentang konsep *bai' mu'ātah* dalam fiqh muamalah dan tentang perlindungan konsumen dalam UU

²² Marzuki Abu Bakar, *Metodologi Penelitian*, (Banda Aceh, 2013), hlm. 57

No. 8 Tahun 1999. Pembahasan tentang konsep *bai' mu'āṭah* dalam fiqh muamalah, meliputi pengertian dan dasar hukum *bai' mu'āṭah*, bentuk akad dalam *bai' mu'āṭah* dan pendapat Imam Mazhab tentang *bai' mu'āṭah*. Sedangkan pembahasan tentang perlindungan konsumen meliputi pengertian perlindungan konsumen, asas perlindungan konsumen, hak dan kewajiban konsumen serta tujuan perlindungan konsumen.

Bab tiga merupakan bab inti yang membahas tentang hasil penelitian mengenai jual beli produk tanpa label harga ditinjau menurut perspektif *bai' mu'āṭah* dan UU NO.8 Tahun 1999. Pembahasannya meliputi profil swalayan Gampong Kopelma Darussalam, kebijakan pihak swalayan yang tidak mencantumkan label harga pada produk yang diperdagangkan, tanggapan konsumen terhadap transaksi jual beli produk tanpa label harga pada swalayan Gampong Kopelma Darussalam, serta tinjauan konsep *bai' mu'āṭah* dan UU No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen mengenai praktik jual beli produk tanpa label harga.

Bab empat merupakan bab penutup dari keseluruhan karya tulis ini yang berisikan kesimpulan dan saran-saran dari penulis menyangkut permasalahan penelitian yang berguna seputar topik pembahasan.

BAB DUA

***BAI' MU'ĀTAH* DALAM FIQH MUAMALAH DAN PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM UU NO. 8 TAHUN 1999**

2.1. Konsep *Bai' Mu'ātah* Dalam Fiqih Muamalah

2.1.1. Pengertian *bai' mu'ātah*

Jual beli dalam Bahasa Arab disebut dengan *al-bai'* (البيع) yang berarti menjual, mengganti, dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Lafal *al-bai'* (البيع) dalam etimologi fiqh terkadang dipakai untuk pengertian lawannya, yaitu lafal *al-syirā'* (الشراء) yang berarti membeli. Dengan demikian, kata *al-bai'* (البيع) mengandung arti menjual sekaligus membeli atau jual beli.¹

Secara istilah, ulama Malikiyah, Syafi'iyah, dan Hanabilah, mendefinisikan jual beli adalah:

مُبَا دَلَةٌ أَلْمَالِ بِأَلْمَالِ تَمْلِيكًا وَتَمَالُكًا²

Artinya: “Saling menukar harta dengan harta dalam bentuk pemindahan milik dan kepemilikan.”

Dari pengertian di atas, terlihat adanya penekanan kepada kata milik dan kepemilikan, karena ada juga tukar menukar harta yang sifatnya tidak harus di miliki, seperti sewa-menyewa (*ijārah*).³

Sedangkan ulama Hanafiyah mendefinisikan jual beli yaitu:

¹ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 101.

² Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), hlm.112

³ *Ibid.*

⁴ *Ibid.*, hlm. 111.

مُبَا دَلَةٌ شَيْئِي مَرَّ غُوبٍ فِيهِ بِمِثْلِ عَلَى وَجْهِ مُقَيَّدٍ مَخْصُوصٍ^٤

Artinya: “Tukar menukar sesuatu yang diinginkan dengan yang sepadan melalui cara tertentu yang bermanfaat.”

Dari pengertian di atas dijelaskan bahwa cara tertentu yang dimaksudkan ulama Hanafiyah adalah melalui ijab (pernyataan menjual dari penjual) dan kabul (ungkapan membeli dari pembeli), dalam hal ini juga dibolehkan melalui saling memberikan barang dan harga dari penjual dan pembeli. Di samping itu, harta yang diperjualbelikan harus bermanfaat bagi manusia, sehingga bangkai, khamar dan darah tidak termasuk sesuatu yang boleh diperjualbelikan, karena benda tersebut tidak bermanfaat bagi muslim.

Sedangkan pengertian *mu'ātah* adalah suatu praktik jual beli tanpa adanya ijab dan kabul antara penjual dan pembeli.⁵ Menurut Rachmat Syafei *bai' mu'ātah* adalah jual beli yang telah disepakati oleh pihak yang melakukan akad, berkenaan dengan barang maupun harganya, tetapi tidak memakai ijab dan kabul.⁶

Wahbah al-Zuhaili memberikan definisi terhadap *bai' mu'ātah* yaitu bersepakat dua pihak yang berakad terhadap harga dan barang, lalu keduanya memberi tanpa mengucap ijab ataupun kabul dan kadang-kadang didapati lafadz dari salah satu keduanya.⁷

Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa *bai' mu'ātah* merupakan kesepakatan jual beli antara dua belah pihak yang melakukan transaksi tanpa

⁵ Abdul Aziz Dahlan, *Ensiklopedi Teematik Dunia Islam*, Jilid. 3, (Jakarta: Ichtiar Baru Van Hoeve, 2003), hlm. 135.

⁶ Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah: untuk UIN, STAIN, PTAIS dan Umum*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), hlm. 95.

⁷ Wahbah az-Zuhaili, *Fiqh Islami Wa Adillatuhu*, Juz. V, (Terj. Abdul Hayyie al-Kattani, dkk), (Jakarta: Gema Insani, 2011), hlm. 31.

adanya ijab dan kabul. Hal ini dapat dicontohkan seperti pembeli mengambil barang yang dijual lalu membayar harganya kepada penjual, atau penjual memberikan barang terlebih dahulu lalu dibayar oleh pembeli tanpa ada kata-kata ataupun isyarat. Hal ini berlaku pada barang berharga atau barang biasa.

Sebagian ulama berbeda pendapat dalam menetapkan hukum jual beli *mu'ātah*. Hasbi Ash Shiddieqy menyatakan bahwa jual beli itu dianggap sah bila terjadi dengan persetujuan kedua belah pihak. Persetujuan dapat dilakukan dengan ucapan dan dapat pula dengan isyarat (sikap kedua belah pihak itu). Apabila seorang penjual menyerahkan barang yang dijual kepada pembeli, sebaliknya pembeli menyerahkan harga dan mengambil barang, maka muamalah jual beli sudah terlaksana. Penjual tidak perlu mengucapkan lafadz ijab, dan bukti persetujuan tidak mesti diucapkan.⁸

2.1.2. Dasar hukum *bai' mu'ātah*

Adapun dasar hukum jual beli *mu'ātah* adalah Alquran dan hadis. Dasar hukum dari Alquran yaitu surat *al-Nisā'* ayat 29 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

⁸ Hasbi ash-Shaddieqy, *Al-Islam*, Jilid. 2, (Semarang: Pustaka Rizki Putra, 2001), hlm. 193.

Ayat di atas menjelaskan bahwa dalam transaksi jual beli harus ada unsur ridha atau suka sama suka, dengan demikian dalam akad *mu'āṭah* para penjual dan pembeli dianggap telah sama-sama rela dalam bertransaksi.

Adapun dasar hukum dari hadis adalah hadis Rasulullah SAW dari Abi Sa'id al-Khudri yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah:

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ.
(رَوَاهُ ابْنُ مَاجَةَ)⁹

Artinya: “Dari Abu Sa'id al-Khudri, ia berkata, Rasulullah SAW bersabda, sesungguhnya jual beli adalah berdasarkan asas suka sama suka (saling meridhai), (HR Ibnu Majah).”

Dalam ayat Alquran di atas telah dijelaskan tentang penggunaan dan cara memperoleh harta yang baik tanpa mengganggu hak orang lain, yaitu dengan jalan jual beli yang berdasarkan saling ridha. Karena hukum jual beli adalah boleh berdasarkan syariah. Hal yang sama juga ditegaskan dalam hadis Rasulullah SAW riwayat Ibnu Majah yang menyebutkan bahwa jual beli sesungguhnya harus atas dasar suka sama suka. Sehingga jual beli tanpa didasarkan atas suka sama suka maka hukumnya tidak sah.

2.1.3. Bentuk akad dalam *bai' mu'āṭah*

Pada sebagian besar masyarakat di zaman modern ini, perwujudan ijab dan kabul tidak lagi diucapkan, tetapi dilakukan dengan *ṣīghāt* bentuk *af'āl* (perbuatan) seperti sikap mengambil barang dan membayar uang oleh pembeli,

⁹ Muhammad Nashiruddin al- Albani, *Shahih Sunan Ibnu Majah*, jilid 2, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2007), hlm. 313.

serta menerima uang dan menyerahkan barang oleh penjual tanpa ucapan apapun. Seperti jual beli yang berlangsung di pasar swalayan bahkan dengan adanya perkembangan teknologi, para pembeli dan penjual tidak lagi bertemu melainkan melakukan transaksi dari jarak jauh, hal ini dikarenakan perkembangan teknologi yang semakin memudahkan dalam bertransaksi.

Dalam fiqh Islam, jual beli seperti ini disebut dengan *bai' mu'āṭah*. Pemsyaratan ijab dan kabul dalam jual beli secara verbal berkonsekuensi tidak sahnya jual beli *mu'āṭah*, karena kedua belah pihak menyepakati harga dan barang yang diperjualbelikan, dan saling menyerahkan tanpa ada ijab dan kabul atau terkadang hanya sepihak saja yang mengucapkan ijab dan kabul.

Perasaan suka sama suka adalah suatu yang abstrak, sehingga tidak dapat dilihat. Akan tetapi hukum merupakan sesuatu yang dikaitkan dengan yang nyata, yaitu *ṣīghāt*. Oleh karena itu, jual beli dengan cara *mu'āṭah* menurut ulama Syafi'iyah hukumnya tidak sah, karena tidak adanya ijab dan kabul dalam jual beli. Namun, sebagian ulama Syafi'iyah dan jumbuh ulama membolehkan jual beli ini yang didasari pada kebiasaan masyarakat setempat.

Dalam jual beli *mu'āṭah*, bentuk akad hanya didasarkan pada kerelaan atau suka sama suka. Dalam praktek yang sesungguhnya, pelaksanaan jual beli *al-mu'āṭah* tidak selamanya dilaksanakan tanpa ijab dan kabul, sebagaimana pengertian *mu'āṭah* yang didefinisikan oleh para ulama fiqh. Setidaknya ada tiga bentuk pelaksanaan *mu'āṭah* yang sering dipraktikkan oleh masyarakat, yaitu:

- a. Penjual dan pembeli sama-sama tidak mengucapkan lafaz.

Dalam pelaksanaan jual beli *mu'ātah* ini, biasanya para pihak yang bertransaksi tidak mengucapkan lafaz transaksi dan hanya dilakukan dengan cara penjual meletakkan harga pada barang dagangannya, lalu pembeli mengambil barang tersebut dan membayar sejumlah uang seperti yang tertera pada barang tersebut. Praktek seperti ini sering kita lihat di pusat-pusat perbelanjaan seperti di swalayan atau di supermarket, dimana pembeli diperbolehkan memilih dan mengambil sendiri barang-barang keperluannya yang dipajangkan, lalu membayar barang yang diambil sesuai dengan harga yang tertulis pada barang tersebut.¹⁰

- b. Penjual mengucapkan lafaz ijab, sedangkan pembeli tidak mengucapkan lafaz kabul

Dalam pelaksanaan jual beli *mu'ātah* ini, biasanya dilakukan dengan cara penjual mengatakan kepada pembeli, “Ambillah barang ini, harganya Rp. 100.000,-” lalu pembeli yang ditawarkannya mengambil barang tersebut. Akan tetapi dalam hal ini baik penjual ataupun pembeli sudah sama-sama mengetahui harga barang tersebut.¹¹

- c. Penjual tidak mengucapkan lafaz ijab, tetapi pembeli mengucapkan lafaz Kabul

Dalam bentuk akad ini, penjual menetapkan harga barang dagangannya lalu pembeli yang berniat membeli benda tersebut mengatakan saya ambil barang ini lalu penjual memberikan barang yang dimaksudkan

¹⁰ Abdurahman bin Muhammad bin Qasim al-‘Asimi al-Najdi, *Hasyiyah al-Raud al-Murbi’ Syarh Zad al-Mustagni*, Jld. IV, (ttp., 1992), hlm. 330.

¹¹ *Ibid.*

“Saya ambil barang ini,” lalu penjual memberikan barang yang dimaksudkan pembeli.¹²

Dari bentuk-bentuk akad yang dijelaskan di atas maka hal tersebut sesuai dengan kebiasaan masyarakat di zaman sekarang ini, praktek jual beli *mu'āṭah* biasanya dilakukan dengan cara-cara seperti yang diuraikan di atas, hal tersebut dapat dimisalkan dengan cara pembeli menanyakan “Berapa harga kain ini?”, penjual mengatakan Rp. 200.000,- lalu pembeli mengatakan, “Saya ambil baju ini”, lalu penjual memberikan kepada pembeli dan kemudian pembeli membayar dan langsung pergi.

2.1.4. Pendapat Imam Mazhab tentang *bai' mu'āṭah*

Mengenai hukum dalam jual beli *mu'āṭah*, para ahli fiqih berbeda pendapat dalam menetapkan hukum jenis jual beli ini. Ulama Syafi'iyah, berpendapat bahwa transaksi jual beli harus dilakukan dengan ucapan yang jelas atau sindiran, yaitu melalui kalimat ijab dan kabul. Oleh sebab itu menurut ulama Syafi'iyah, jual beli *mu'āṭah* hukumnya tidak sah, baik jual beli itu dalam jumlah besar maupun kecil. Alasan mereka, karena unsur utama jual beli ialah kerelaan dari kedua belah pihak.¹³

Unsur kerelaan menurut ulama Syafi'iyah merupakan masalah yang amat tersembunyi dalam hati, dengan demikian maka perlu diungkapkan dengan ucapan yang jelas seperti ijab dan kabul. Oleh karena itu apabila tidak adanya kejelasan dalam ijab kabul maka dikhawatirkan akan terjadinya sengketa jual beli,

¹² *Ibid.*, hlm. 331

¹³ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah...*, hlm. 117

apalagi sengketa dalam jual beli boleh terjadi dan berlanjut ke pengadilan. Karena perbuatan tersebut pada mulanya tidak didasarkan pada perasaan suka sama suka.

Sebagian ulama Syafi'iyah seperti Imam al-Nawawi (seorang *faqīh*/ahli fiqih dan *muhaddis*/ahli hadis mazhab Syafi'i) dan al-Baghawi (seorang *mufassir*/ahli tafsir mazhab Syafi'i), menyatakan bahwa jual beli *mu'āṭah* adalah suatu jual beli yang sah. Alasan sahnya jual beli ini adalah apabila jual beli *mu'āṭah* tersebut sudah menjadi suatu kebiasaan pada masyarakat di daerah tertentu.¹⁴ Namun demikian, sebagian ulama Syafi'iyah lainnya seperti Ibnu Suraij dan al-Ruyani, membedakan antara jual beli dalam jumlah besar dan jual beli dalam jumlah kecil. Menurut mereka, apabila yang diperjualbelikan dalam jumlah besar, maka jual beli *mu'āṭah* tidak sah. Namun, apabila jual beli itu dilakukan dalam jumlah kecil, maka jual beli *mu'āṭah* hukumnya sah, seperti satu liter gandum dan seikat sayuran.¹⁵

Sedangkan jumbuh ulama berpendapat bahwa jual beli *mu'āṭah* hukumnya adalah sah, apabila jual beli ini sudah menjadi kebiasaan suatu masyarakat di negeri tertentu, karena hal itu telah menunjukkan unsur ridha dari kedua belah pihak. Menurut mereka, di antara unsur terpenting dalam transaksi jual beli adalah suka sama suka (*al-tarāḍī*), sesuai dengan kandungan surat *al-Nisā'* ayat 29.

Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa jual beli dengan cara *mu'āṭah* dibolehkan apabila praktik jual beli tersebut sudah menjadi kebiasaan di dalam masyarakat, hal ini sebagaimana yang dibenarkan oleh sebagian ulama

¹⁴ *Ibid.*

¹⁵ Wahbah Zuhaili, *Fiqih Imam Syafi'i, Jld. 1, (Terj. Muhammad Afifi dan Abdul Hafiz)* (Jakarta: Almahira, 2010), hlm. 630-631.

Syafi'iyah dan jumhur ulama, meskipun ada sebagian ulama Syafi'iyah yang tidak membolehkan jual beli ini.

2.2. Konsep Perlindungan Konsumen Dalam UU NO. 8 TAHUN 1999

2.2.1. Pengertian perlindungan konsumen

Setiap manusia memiliki beraneka ragam kebutuhan hidup dan berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tersebut baik berupa barang maupun jasa. Berbagai kebutuhan tersebut ditawarkan oleh para pelaku usaha sehingga tercipta hubungan timbal balik antara konsumen dan pelaku usaha serta saling membutuhkan satu dengan yang lainnya. Aneka ragam barang dan/atau jasa ditawarkan oleh para pelaku usaha kepada konsumen sebagai sebuah hubungan timbal balik.¹⁶

Istilah konsumen berasal dari kata *consumer* (Inggris-Amerika), atau *consument/konsument* (Belanda). Secara harafiah arti kata *consumer* adalah (lawan dari produsen) artinya setiap orang yang menggunakan barang. Konsumen pada umumnya diartikan sebagai pemakai terakhir dari produk yang diserahkan kepada mereka oleh pengusaha, yaitu setiap orang yang mendapatkan barang untuk dipakai dan tidak untuk diperdagangkan atau diperjualbelikan lagi.¹⁷ Konsumen menurut Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Perlindungan 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.

¹⁶ Purnadi Purbacaraka dan Soerjono Soekanto, *Sendi-Sendi Ilmu Hukum dan Tata Hukum* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1989) hlm. 43.

¹⁷ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), hlm. 22.

Perbedaan kepentingan merupakan potensi besar terjadi sengketa antara pelaku usaha dan/atau penyedia dengan para konsumen. Konsumen merupakan pihak yang paling rentan mendapatkan kerugian dari tindakan sewenang-wenang pelaku usaha atau penyedia jasa dan seringkali berada pada posisi atau kedudukan yang lemah bila dibandingkan dengan kedudukan pelaku usaha.¹⁸

Hukum perlindungan konsumen merupakan keseluruhan asas dan kaidah hukum yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalahnya dengan para penyedia barang dan atau jasa konsumen. Hukum perlindungan konsumen inilah yang menjembatani permasalahan yang timbul tersebut. Hukum perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur dan juga mengandung sifat yang melindungi konsumen.¹⁹

Dalam pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen disebutkan bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Kepastian hukum itu meliputi segala upaya untuk memberdayakan konsumen memperoleh atau menentukan pilihannya atas barang dan/atau jasa kebutuhannya serta mempertahankan atau membela hak-haknya apabila dirugikan oleh perilaku pelaku usaha penyedia kebutuhan konsumen tersebut.²⁰

¹⁸ Zumrotin K Susilo, *Penyambung Lidah Konsumen* (Jakarta, Puspa Suara, 1996) hlm. 11.

¹⁹ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar, Cet. 2*, (Jakarta: Diadit Media, 2002), hlm. 22.

²⁰ Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya, Ed. I, Cet. I*, (Jakarta: Kencana, 2008), hlm. 4.

Perlindungan Konsumen dimaksudkan untuk melindungi konsumen dan tidak untuk mematikan usaha para pelaku bisnis. Perlindungan konsumen justru membangun iklim usaha yang sehat, yang mendorong lahirnya perusahaan yang tangguh dalam menghadapi persaingan melalui penyediaan barang dan/atau jasa yang berkualitas dan berdaya saing. Lebih dari itu, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dalam pelaksanaannya memberikan perhatian khusus kepada pelaku usaha kecil dan menengah, yang masih menjadi rona perekonomian nasional.²¹

Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa hukum perlindungan konsumen merupakan salah satu bagian dari hukum konsumen yang melindungi segala hak setiap konsumen yang diselewengkan atau diabaikan oleh para produsen.

Menurut A. Zen Umar Purba terdapat kerangka umum tentang sendi-sendi pokok pengaturan perlindungan konsumen, adapun kerangka tersebut yaitu:

- a. Kesederajatan antara konsumen dan pelaku usaha
- b. Konsumen mempunyai hak
- c. Pelaku usaha mempunyai kewajiban
- d. Pengaturan tentang perlindungan konsumen dapat berkontribusi pada pembangunan nasional
- e. Perlindungan konsumen dalam iklan bisnis sehat
- f. Keterbukaan dalam promosi barang dan jasa
- g. Pemerintah perlu berperan aktif

²¹ Badan Perlindungan Konsumen Nasional, *Perlindungan Konsumen Indonesia, Cet. II*, (Jakarta : Badan Perlindungan Konsumen Nasional, 2005), hlm. 4.

- h. Masyarakat juga perlu berperan serta
- i. Perlindungan konsumen memerlukan terobosan hukum dalam berbagai bidang
- j. Konsep perlindungan konsumen memerlukan pembinaan sikap.²²

Sebagai upaya keseriusan dalam melindungi konsumen beserta dengan segala haknya, maka ada beberapa dasar hukum yang menjadikan konsumen dapat mengajukan perlindungan yaitu:

1. Undang-Undang Dasar Tahun 1945 Pasal 5 ayat (1), Pasal 21 ayat (1), Pasal 27 dan Pasal 33
2. Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
3. Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 Tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa
4. Peraturan Pemerintah No. 58 Tahun 2001 Tentang Pembinaan Pengawasan dan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen
5. Surat Edaran Dirjen Perdagangan Dalam Negeri No. 235/DJPDN/VII/2001 Tentang Penanganan Pengaduan Konsumen yang ditujukan kepada seluruh Dinas Indag Prop/Kab/Kota.
6. Surat Edaran Direktur Jendral Perdagangan Dalam Negeri No. 795/DJPDN/SE/12/2005 Tentang Pedoman Pelayanan Pengaduan Konsumen.

²² Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan, Cet. I*, (Jakarta: Visimedia, 2008), hlm. 4.

Selain Undang-Undang yang tersebut di atas masih banyak lagi Undang-Undang dan peraturan yang dapat dijadikan dasar hukum perlindungan konsumen, karena Undang-Undang Perlindungan Konsumen dapat dikatakan sebagai payung bagi semua aturan lainnya berkenaan dengan perlindungan konsumen.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen merupakan *lex specialis* terhadap perundang-undangan yang sudah ada sebelumnya, Undang-Undang Perlindungan Konsumen sesuai asas *lex specialis derogat legi generalis*.²³ Artinya ketentuan-ketentuan diluar Undang-Undang Perlindungan Konsumen tetap berlaku selama tidak diatur secara khusus dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK).²⁴ Dengan demikian konsumen yang merasa haknya dilanggar bisa mengadukan dan memproses perkaranya secara hukum di Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK).

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 merupakan upaya pemerintah dalam memberikan segala jaminan perlindungan terhadap konsumen (sebagai pihak yang lebih lemah) dan hal tersebut merupakan kepastian hukum yang harus dilaksanakan oleh pemerintah.

Dalam Islam, hukum perlindungan terhadap konsumen juga diatur dalam Alquran sebagaimana yang terdapat dalam surat *al-Baqarah* ayat 168:

²³ *Lex Specialis Deroget Legi Generalis* adalah penafsiran hukum yang menyatakan bahwa hukum yang bersifat khusus (*lex spesialis*) mengesampingkan hukum yang bersifat umum (*lex generalis*). Contohnya menurut majelis hakim dalam hal gugatan mengenai tanggung jawab dari pelaku usaha terhadap konsumennya yang berlaku adalah Undang- Undang Perlindungan Konsumen sebagai aturan khusus. C.S.T. Kansil, *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), hlm. 266.

²⁴ Yusuf Shofie, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-instrumen Hukumnya*, Cet.2 (Bandung : Citra Aditya Bakti , 2003), hlm. 26.

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ رَكُومٌ لِّكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya: “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.”

Dalam ayat tersebut dijelaskan bahwa makanan yang halal dan baik menjadi syarat utama bagi kesucian amal yang akan diterima oleh Allah SWT. Orang-orang yang beriman senantiasa diperintahkan agar segala amalnya bersih, jiwa dan hatinya digerakkan oleh kekuatan darah yang bersih, sumber makanannya pun harus halal. Selain itu tidak mengenakan pakaian dan perhiasan apapun yang bersumberkan dari sesuatu yang haram. Dengan demikian dalam ayat tersebut mengandung nilai yang memberikan perintah atau seruan kepada setiap manusia untuk memperoleh makanan dari cara yang halal.

Mendapatkan harta kekayaan dengan merugikan orang lain merupakan perbuatan yang dilarang dalam Islam. Produsen tidak boleh mencari keuntungan dengan cara merugikan konsumen. Dan Islam sangat menghormati dan melindungi hak semua orang, termasuk hak- hak konsumen.

2.2.2. Asas perlindungan konsumen

Sistem hukum merupakan keseluruhan tertib hukum yang didukung oleh sejumlah asas. Asas-asas ini satu sama lain berfungsi sebagai pendukung jaminan hukum, menciptakan harmonisasi, keseimbangan, dan mencegah adanya tumpang tindih, serta menciptakan kepastian hukum di dalam keseluruhan tata tertib hukum tersebut.²⁵

Dalam upaya memberi perlindungan terhadap konsumen di tanah air, maka didasarkan pada sejumlah asas dan tujuan diyakini bisa memberikan arahan dalam implementasinya di tingkat praktis. Dalam penjelasan Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen disebutkan bahwa perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan lima (5) asas yang relevan dalam pembangunan nasional. Kelima asas tersebut yaitu:

1. Asas manfaat

Asas ini mengandung makna bahwa penerapan Undang-Undang Perlindungan Konsumen harus memberikan manfaat yang sebesar-besarnya kepada kedua pihak, konsumen dan pelaku usaha. Sehingga tidak ada satu pihak yang kedudukannya lebih tinggi dibanding pihak lainnya. Kedua belah pihak harus memperoleh hak-haknya.²⁶

2. Asas keadilan

Asas keadilan ini dapat dilihat di Pasal 4-7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang mengatur mengenai hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha. Diharapkan melalui asas ini konsumen

²⁵ Siwi Purwandari, *Pengantar Teori Hukum*, (Nusa Media, bandung, 2010) hlm. 94.

²⁶ Republik Indonesia, *Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, , Pasal 2.

dan pelaku usaha dapat memperoleh haknya dan menunaikan kewajibannya secara seimbang.²⁷

3. Asas keseimbangan

Asas ini dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti material ataupun spiritual dapat terwujud secara seimbang, tidak ada pihak yang lebih dilindungi.²⁸

4. Asas keamanan dan keselamatan konsumen

Asas ini dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.²⁹

5. Asas kepastian hukum

Asas ini dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.³⁰

Apabila dilihat secara substansinya, maka kelima asas tersebut dapat dibagi menjadi tiga asas, yaitu

1. Asas kemanfaatan yang di dalamnya meliputi asas keamanan dan keselamatan konsumen
2. Asas keadilan yang di dalamnya meliputi asas keseimbangan

²⁷ *Ibid.*

²⁸ *Ibid.*

²⁹ *Ibid.*

³⁰ *Ibid.*

3. Asas kepastian hukum.³¹

Dari kelima asas perlindungan konsumen yang dijelaskan pada Pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen tersebut, dapat dikatakan bahwa tampaknya pembentuk undang-undang menyadari bahwa perlindungan konsumen ibarat sekeping uang logam yang memiliki dua sisi yang berbeda, satu sisi merupakan sisi konsumen, sedangkan sisi lainnya sisi pelaku usaha dan tidak mungkin hanya menggunakan satu sisi tanpa menggunakan kedua sisinya sekaligus.³²

2.2.3. Hak dan kewajiban konsumen

Sebagai pemakai barang atau jasa, konsumen memiliki sejumlah hak yang harus didapatkan dan kewajiban yang harus dilakukan. Pengetahuan akan hak-hak dan kewajiban sebagai konsumen ini sangat penting agar konsumen dapat bertindak kritis dan mandiri. Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen memberikan kepastian hukum untuk melindungi hak-hak konsumen.

Undang-undang tersebut juga memberikan harapan agar pelaku usaha tidak lagi sewenang-wenang yang selalu merugikan hak konsumen. Dengan adanya Undang-Undang perlindungan konsumen beserta perangkat hukum lainnya, konsumen memiliki hak dan posisi berimbang, dan mereka pun bisa menggugat atau menuntut jika ternyata hak-haknya telah dirugikan atau dilanggar oleh pelaku usaha.

³¹ Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum perlindungan konsumen*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2004), hlm.26

³² Yusuf Shofie, *Pelaku Usaha, Konsumen, Dan Tindak Pidana Korporasi*, cet. 1, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002), hlm. 30.

Perlindungan konsumen yang dijamin oleh undang-undang ini adalah adanya kepastian hukum yang meliputi segala upaya berdasarkan atas hukum untuk memberdayakan konsumen memperoleh atau menentukan pilihannya atas barang dan/atau jasa kebutuhannya serta mempertahankan atau membela hak-haknya apabila dirugikan oleh pelaku usaha penyedia kebutuhan konsumen.

Adapun hak-hak konsumen yang disebutkan dalam pasal 4 Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen adalah:

- 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
- 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.³³

Hak-hak konsumen sebagaimana disebutkan dalam pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen lebih luas dari pada hak-hak konsumen yang pernah dikemukakan oleh presiden Amerika Serikat J.F.Kennedy di depan kongres pada tanggal 15 Maret 1962, yang terdiri atas:

1. Hak untuk memperoleh keamanan
2. Hak untuk memilih
3. Hak untuk mendapatkan informasi
4. Hak untuk didengar.³⁴

Selain itu, dalam pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen disebutkan juga beberapa hal mengenai kewajiban konsumen yaitu:

- 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

³³ Republik Indonesia, *Undang Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen* , Pasal 4.

³⁴Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen.....*, hlm. 38-39.

- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.³⁵

Dengan adanya kewajiban konsumen, maka sangat membantu konsumen untuk berhati-hati dalam melakukan transaksi dalam membeli barang ataupun jasa yang akan dikonsumsi serta melindungi dari kemungkinan masalah yang akan timbul. Oleh karena itu kewajiban-kewajiban konsumen sama pentingnya dengan hak konsumen yang dapat membantu dalam penyelesaian sengketa konsumen secara patut.

Salah satu cara yang paling utama dalam mencapai keseimbangan antara perlindungan konsumen dan perlindungan produsen adalah dengan menegakkan hak dan kewajiban konsumen. Tuntutan konsumen tersebut tidak hanya berlaku untuk pelaku usaha yang besar saja, tetapi terhadap semua pelaku usaha termasuk golongan kecil dan menengah. Kondisi tersebut dapat dipahami karena konsumen tidak lagi melihat besar-kecilnya perusahaan yang memproduksi, tetapi mutu produk pelayanan yang akan menjadi perhatiannya. Hal ini sangat penting untuk dipahami oleh pemerintah dan pelaku usaha di Indonesia. Karena sebagian besar pelaku usaha di Indonesia tergolong perusahaan kecil dan menengah.

Dari uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa setiap konsumen memiliki haknya dalam melakukan setiap transaksi, akan tetapi dalam setiap hak-hak tersebut, konsumen juga memiliki kewajibannya yang harus dipenuhi. Kewajiban yang harus dipenuhi setiap konsumen ini tentu merupakan hak-hak yang harus diperoleh oleh produsen.

³⁵ Republik Indonesia, *Undang Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, Pasal 5.

Sebagaimana hak yang diperoleh oleh konsumen, maka pelaku usaha atau produsen juga memiliki hak yang harus dipenuhi. Oleh karena itu secara tegas Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur hak dan kewajiban pelaku usaha. Di dalam pasal 6 Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen juga menyebutkan hak-hak yang dimiliki seorang 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 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.³⁶

Pelaku usaha merupakan subjek hukum perlindungan yang vital dalam menerapkan hukum perlindungan konsumen dengan baik dan sempurna. Hak pelaku usaha yang tersebut pada huruf b, c dan d, sesungguhnya merupakan hak-hak yang lebih banyak berhubungan dengan pihak aparat pemerintah dan/atau Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen/ peradilan yang tugasnya melakukan

³⁶ Republik Indonesia, *Undang Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, Pasal 6.

penyelesaian sengketa. Melalui hak-hak tersebut diharapkan perlindungan konsumen secara berlebihan hingga mengabaikan kepentingan pelaku usaha dapat dihindari.

Sedangkan kewajiban pelaku usaha diatur dalam pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yaitu sebagai berikut:

- a. Beritikad baik dalam melakukan usahanya
- b. Memberikan informasi yang benar, jelas, 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 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.

Bagi pelaku usaha yang melanggar hak-hak konsumen akan dikenakan sanksi. Sanksi bagi pelaku usaha yang melanggar hak-hak konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen terbagi dua yaitu sanksi administratif dan sanksi pidana. Sanksi administratif yaitu berupa penetapan ganti rugi paling banyak Rp 200.000.000,- bagi pelaku usaha yang melanggar ketentuan tentang ganti rugi yang terdapat dalam Pasal 19 ayat (2) dan ayat (3), Pasal 20, Pasal 25 dan Pasal 26.

Sedangkan sanksi pidana, dapat dibagi menjadi 3 bentuk yaitu sebagai berikut:

1. Sanksi kurungan atau denda
 - a. Penjara 5 tahun atau denda Rp.2.000.000.000 bagi pelaku usaha yang melanggar pasal 8, pasal 9, pasal 10, pasal 13 ayat (2), pasal 15, pasal 17 ayat (1) huruf a, b, c, dan e, dan pasal 18.
 - b. Penjara 2 tahun atau denda Rp.500.000.000 bagi pelaku usaha yang melanggar pasal 11, pasal 12, pasal 13 ayat (1), pasal 14, pasal 16, dan pasal 17 ayat (1) huruf d dan f.
2. Sanksi pidana lain di luar ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen jika konsumen mengalami kematian, cacat berat, sakit berat, atau luka berat (pasal 62 ayat 3).

3. Sanksi pidana tambahan, menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 63, dimungkinkan diberikannya sanksi pidana tambahan bagi pelaku usaha yang melanggar ketentuan yang ada dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Sanksi-sanksi tersebut berupa: perampasan barang tertentu, pengumuman keputusan hakim, pembayaran ganti rugi, pencabutan izin usaha, dilarang memperdagangkan barang/jasa, wajib menarik barang/jasa dari peredaran, dan hasil pengawasan disebarakan kepada masyarakat umum.³⁷

Ketentuan sanksi terhadap pelaku usaha yang melanggar hak-hak konsumen di atas dapat digunakan sebagai alat kontrol tindakan pelaku usaha dalam bertindak semena-mena terhadap hak-hak yang harus diperoleh oleh setiap konsumen, karena pelaku usaha tidak hanya dikenakan sanksi administratif, namun juga dapat dikenakan sanksi pidana atas tindakan yang dilakukan. Dengan demikian maka diharapkan peraturan tersebut dapat menjadi pertimbangan bagi pelaku usaha dalam menunaikan hak konsumen.

2.2.4. Tujuan perlindungan konsumen

Hukum perlindungan konsumen memberikan penjelasan yang lebih terhadap konsumen mengenai hal-hal yang harus diperhatikan oleh konsumen dalam melakukan hubungan hukum dengan pelaku usaha. Hubungan hukum yang tercipta antara konsumen dan pelaku usaha merupakan hubungan hukum yang memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak.

³⁷ Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan* (Jakarta: Visimedia, 2008), hlm. 29.

Tujuan yang ingin dicapai dari perlindungan konsumen, dimuat dalam Pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang menyatakan bahwa tujuan perlindungan konsumen adalah:

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri
- b. Mengangkat harkat dan martabat setiap 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 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 bertanggung jawab dalam berusaha.
- f. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Di dalam pasal 3 UUPK tersebut ditetapkan tujuan dan sasaran akhir yang harus dicapai dalam pelaksanaan pembangunan di bidang perlindungan konsumen. Adapun untuk menjaga pelaksanaan perlindungan konsumen agar tidak menyimpang dari tujuan perlindungan konsumen, maka pelaksanaannya harus didasarkan pada asas atau kaidah hukum perlindungan konsumen.

BAB TIGA

JUAL BELI PRODUK TANPA LABEL HARGA DITINJAU MENURUT PERSPEKTIF *BAI' MU'ĀṬAH* DAN UU NO. 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

3.1. Profil Swalayan di Gampong Kopelma Darussalam

Swalayan merupakan salah satu sarana pemasaran produk perusahaan. Kegiatan pemasaran yang dilakukan swalayan yaitu dengan menyediakan beraneka macam jenis produk dari berbagai perusahaan (selaku produsen). Agar tujuan dapat tercapai dan dapat memenangkan persaingan di bidang usaha ini, setiap swalayan bersaing untuk memberikan pelayanan yang terbaik agar dapat memuaskan konsumen dan mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, karena konsumen adalah sumber pendapatan dan merupakan faktor terpenting bagi swalayan.

Swalayan sebagai salah satu tempat berbelanja yang paling dekat dengan konsumen sehingga swalayan ini memiliki peran aktif dalam pemasaran. Swalayan dapat dengan mudah mempengaruhi konsumen dan secara cepat dapat mengarahkan keputusan dari konsumen. Dengan cara pemasarannya swalayan dapat menarik simpatik konsumen dengan strategi yang digunakannya. Cara pemasaran yang paling sering digunakan yaitu dengan cara mengumumkan bahwa swalayan dapat menghemat biaya konsumen menjadi lebih hemat. Dengan ini manajer swalayan memiliki tujuan untuk dapat memperoleh keuntungan yang lebih dengan proses pemasaran yang dilakukannya.

Swalayan yang berkembang sekarang ini memberikan banyak pilihan alternatif pada konsumen sebagai tempat berbelanja untuk memenuhi

kebutuhannya. Semakin maraknya swalayan modern tentu akan menimbulkan persaingan sesama swalayan modern sejenis. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan memanfaatkan peluang bisnis yang ada dan berusaha untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat dalam rangka menguasai pasar. Selain itu, maraknya swalayan modern akan memudahkan konsumen untuk memilih swalayan yang disukai dan cocok dengan keinginan dan kebutuhan konsumen sehingga konsumen dengan mudah bisa berganti swalayan modern yang dikunjungi atau tetap loyal dengan satu swalayan karena sudah merasa cocok sesuai dengan kebutuhannya.

Hal tersebut juga terjadi pada swalayan di Gampong Kopelma Darussalam yang memiliki banyak swalayan. Selain sebagai kebutuhan masyarakat dalam berbelanja memenuhi kebutuhannya, swalayan juga memiliki persaingan tersendiri dalam memasarkan produknya baik dari pelayanan hingga kualitas produknya. Sebagaimana daerah yang sangat strategis, ada empat pasar swalayan sebagai objek penelitian yang tersebar di Gampong Kopelma Darussalam yang telah beroperasi sejak lama, seperti Mulia Swalayan yang dibuka sejak tahun 2002 oleh Muhammad Nur sebagai pemiliknya, hingga saat ini Mulia Swalayan memiliki pegawai sebanyak 5 orang.¹

Swalayan lainnya yang telah beroperasi sejak lama yaitu seperti Darussalam Swalayan yang telah dibuka sejak tahun 2007 oleh Mariati sebagai pemilik swalayan. Jumlah pegawai swalayan ini terdiri dari 8 orang.² Sedangkan

¹ Wawancara dengan Muhammad Nur, Pemilik Mulia Swalayan, Pada Tanggal 17 Desember 2018, di Banda Aceh.

² Wawancara dengan Mariati, Pemilik Darussalam Swalayan, Pada Tanggal 17 Desember 2018, di Banda Aceh.

Swalayan Market Mudah Rezeki beroperasi sejak tahun 2008 yang dikelola oleh Zul Heri sebagai pemiliknya yang memiliki 3 orang karyawan dalam usaha tersebut.³ Selain itu juga ada Mitra Jaya Swalayan yang didirikan pada tahun 2011 oleh Said Munawir sebagai pemilik swalayan dengan jumlah pegawai mencapai 5 orang.⁴

Dalam sistem pemberian harga pada barang, setiap swalayan memiliki sistem yang sama yaitu setiap barang yang masuk ke swalayan melalui distributor suatu produk akan dicek oleh pegawai swalayan terlebih dahulu, setelah dicek maka dilaporkan kepada bos (pemilik swalayan) kemudian data barcode harga per barang tersebut langsung di input ke komputer sebagai informasi harga untuk proses scanner nantinya.⁵

Oleh karena itu maka dapat disimpulkan bahwa swalayan mulai beroperasi di Gampong Kopelma Darussalam sudah cukup lama sebagai tempat berbelanja para masyarakat di sekitar untuk memenuhi kebutuhannya. Dalam operasional swalayan, barang-barang yang diperjualkan memiliki harga yang telah dicantumkan pada setiap produk, akan tetapi dalam hal ini banyak juga barang-barang yang tidak memiliki label harga pada produk tersebut.

3.2. Kebijakan Pihak Swalayan Tidak Mencantumkan Label Harga Pada Produk yang Diperdagangkan

³ Wawancara dengan Zul Heri, Pemilik Market Mudah Rezeki, Pada Tanggal 18 Desember 2018, di Banda Aceh.

⁴ Wawancara dengan Said Munawir, Mitra Jaya Swalayan, Pada Tanggal 18 Desember 2018, di Banda Aceh.

⁵ Wawancara dengan Zul Heri, Pemilik Market Mudah Rezeki, Pada Tanggal 18 Desember 2018, di Banda Aceh.

Dalam UU No. 8 Tahun 1999 terdapat 9 hak konsumen yang wajib dipenuhi oleh pelaku usaha. Adapun hak-hak konsumen yang disebutkan dalam pasal 4 Undang- Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen adalah:

- 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
- 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.⁶

Informasi yang benar, jelas, dan jujur yang harus disampaikan pelaku usaha itu bukan hanya mengenai kelebihan dan kekurangan produk yang ditawarkan, namun juga transparansi terhadap kejelasan dan kebenaran terhadap harga produk yang diperdagangkan, karena transparansi harga tersebut sangat penting agar terciptanya kenyamanan konsumen dalam memilih dan membeli barang yang dibutuhkannya.

Mengenai permasalahan tidak dicantumkan label harga pada produk yang diperdagangkan oleh pelaku usaha maka pemerintah melalui Kementerian Perdagangan (Kemendag) mewajibkan pengusaha mencantumkan harga pada barang atau jasa yang mereka perjualbelikan secara jelas, mudah dibaca dan dilihat oleh konsumen. Hal ini sesuai dengan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia (Permendag RI) Nomor 35/M-DAG/PER/7/2013 Tentang Pencantuman Harga Barang dan Tarif Jasa Yang Diperdagangkan. Akan tetapi masih banyak swalayan tidak mencantumkan label harga produknya pada setiap barang, sehingga informasi harga yang merupakan hak dari setiap konsumen tidak terpenuhi sebagaimana yang diamanahkan oleh undang-undang.

Pengelola Swalayan, sebagaimana kebijakan pada Mulia Swalayan bahwa Pihak swalayan terkadang melabelkan langsung harga pada barang dan terkadang tidak melabelkannya. Mereka beralasan terhadap barang yang tidak dilabelkan karena data barkot harga barang tersebut lupa diinput ke sistem komputer mereka,

⁶ Republik Indonesia, *Undang Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen* , Pasal 4.

alasan lain pihak swalayan tidak melabelkan harga karena terdapat banyak kasus kalau ternyata harga di label dan di sistem computer berbeda. Hal ini terjadi karena faktor lupa mengupdate harga, makanya pihak swalayan memilih untuk tidak melabelkannya agar konsumen yang ingin membeli barang tersebut menscannerkan langsung harganya ke komputer.⁷

Selain itu, mengenai Permendag No. 35 Tahun 2013 Tentang Pencantuman Harga Barang dan Tarif Jasa Yang Diperdagangkan, pihak swalayan tidak mengetahui terkait adanya aturan setiap pelaku usaha harus mencantumkan label harga pada barang yang diperjualbelikan dan pihak swalayan beranggapan bahwa label harga tidak berpengaruh terhadap tingkat penjualan.⁸

Sedangkan pada Mitra Jaya Swalayan, kebijakan pihak pengelola terhadap label harga pada barang ternyata pemilik swalayan sendiri memang tidak mengharuskan pelabelan harga pada barang yang mereka jual, hal ini dilakukan untuk menghindari kesalahpahaman dengan konsumen terhadap perbedaan harga antara harga pada label dengan harga pada sistem komputer mereka. Sebab harga barang tidak stabil, artinya harga sering berubah-ubah. Selain itu untuk menghindari pekerjaan mengganti labelnya setiap kali ada perubahan harga maka pihak swalayan memilih untuk tidak melebelkan harga pada barang yang diperjualbelikan tersebut.⁹

Mengenai Permendag No. 35 Tahun 2013 Tentang Pencantuman Harga Barang dan Tarif Jasa Yang Diperdagangkan, pihak swalayan tidak mengetahui

⁷ Wawancara dengan Muhammad Nur, Pemilik Mulia Swalayan, Pada Tanggal 17 Desember 2018, di Banda Aceh.

⁸ Wawancara dengan Muhammad Nur, Pemilik Mulia Swalayan, Pada Tanggal 17 Desember 2018, di Banda Aceh.

⁹ Wawancara dengan Said Munawir, pemilik Mitra Jaya Swalayan, Pada Tanggal 18 Desember 2018, di Banda Aceh.

terkait adanya aturan bahwa setiap pelaku usaha harus mencantumkan label harga pada barang yang diperjualbelikan. Selain itu, ada atau tidak adanya label harga menurut pihak swalayan hal tersebut tidak berpengaruh terhadap penjualan mereka.¹⁰

Kebijakan tersebut juga sama sebagaimana yang terdapat di Swalayan Market Mudah Rezeki. Pada swalayan tersebut, ada barang yang dilabel ada yang tidak. Alasannya kadang lupa menginput data barkotnya ke komputer sehingga mereka harus menulis harga langsung pada barang yang dipajang. Hal ini tidak terjadi pada semua barang melainkan hanya beberapa barang saja yang dilabelkan. Selain itu mengenai Permendag No. 35 Tahun 2013 Tentang Pencantuman Harga Barang dan Tarif Jasa Yang Diperdagangkan, pihak Swalayan Market Mudah Rezeki juga tidak mengetahui terkait adanya aturan bahwa setiap pelaku usaha harus mencantumkan label harga pada barang yang diperjualbelikan.¹¹

Sedangkan pada Darussalam Swalayan, kebijakan swalayan terhadap label harga pada barang adalah pihak swalayan mempunyai dua ketentuan yaitu terhadap barang industri pabrikan yang otomatis mempunyai barkotnya, maka pihak swalayan tidak memberi label harga pada barang tersebut karena harganya sudah tertera di sistem komputer mereka, akan tetapi terhadap barang yang berasal dari industri rumahan selain pihak swalayan memberi barkot sendiri pada barangnya mereka juga memberi label harga pada barang tersebut. Contoh barang industri rumahan seperti aneka jajanan lokal, sapu ijuk, dan industri rumahan

¹⁰ Wawancara dengan Said Munawir, pemilik Mitra Jaya Swalayan, Pada Tanggal 18 Desember 2018, di Banda Aceh.

¹¹ Wawancara dengan Zul Heri, Pemilik Market Mudah Rezeki, Pada Tanggal 18 Desember 2018, di Banda Aceh.

lainnya. Jadi sudah jelas bahwasannya swalayan ini tidak mengharuskan adanya label harga pada barang-barang yang memiliki barkot.¹²

Selain itu, Permendag No. 35 Tahun 2013 Tentang Pencantuman Harga Barang dan Tarif Jasa Yang Diperdagangkan, pihak swalayan tidak mengetahui terkait adanya aturan bahwa setiap pelaku usaha harus mencantumkan label harga pada barang yang diperjualbelikan. Selain itu, ada atau tidak adanya label harga tidak berpengaruh terhadap penjualan mereka.¹³

Dari penjelasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa para pengelola swalayan memang tidak mencantumkan label harga pada semua produk yang dijual, hal yang menjadi alasan utamanya adalah tidak stabilnya harga suatu produk yang dijual. Apabila telah dilabelkan harga maka bila barang tersebut harganya suatu waktu akan naik maka pihak swalayan diharuskan untuk mengganti label harga tersebut sesuai dengan harga pasar. Oleh karena itu pihak swalayan banyak memilih untuk tidak mencantumkan label harga pada produk-produknya. Akan tetapi pada produk-produk dari industry rumahan yang cenderung memiliki harga yang stabil, maka pihak swalayan tetap mencantumkan label harga pada produk tersebut.

Adapun mengenai peraturan yang diwajibkan oleh Kementerian Perdagangan (Kemendag) bagi pengusaha untuk mencantumkan harga pada barang atau jasa yaitu melalui Peraturan Menteri Perdagangan R.I. Nomor 35/M-DAG/PER/7/2013 Tentang Pencantuman Harga Barang dan Tarif Jasa Yang

¹² Wawancara dengan Mariati, *Pemilik Darussalam Swalayan*, Pada Tanggal 17 Desember 2018, di Banda Aceh.

¹³ Wawancara dengan Mariati, *Pemilik Darussalam Swalayan*, Pada Tanggal 17 Desember 2018, di Banda Aceh.

Diperdagangkan bahwa semua pemilik swalayan di Gampong Kopelma Darussalam tidak mengetahui akan peraturan tersebut, sehingga meniadakan hak konsumen yang harus didapatkan.

3.3. Tanggapan Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli Produk Tanpa Label Harga pada Swalayan Gampong Kopelma Darussalam.

Hukum perlindungan konsumen memberikan penjelasan yang lebih terhadap konsumen mengenai hal-hal yang harus diperhatikan oleh konsumen dalam melakukan hubungan hukum dengan pelaku usaha. Hubungan hukum yang tercipta antara konsumen dan pelaku usaha merupakan hubungan hukum yang memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak.

Tujuan yang ingin dicapai dari perlindungan konsumen, dimuat dalam Pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang menyatakan bahwa tujuan perlindungan konsumen adalah menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha serta meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.¹⁴

Perlindungan konsumen merupakan hak yang harus diterima oleh setiap konsumen. Hak-hak konsumen sebagaimana disebutkan dalam pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen lebih luas dari pada hak-hak konsumen yang pernah dikemukakan oleh presiden Amerika Serikat J.F.Kennedy di depan kongres pada tanggal 15 Maret 1962, yang terdiri atas:

¹⁴ Republik Indonesia, *Undang Undang No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen* , Pasal 3.

1. Hak untuk memperoleh keamanan
2. Hak untuk memilih
3. Hak untuk mendapatkan informasi
4. Hak untuk didengar.¹⁵

Hak-hak yang seharusnya diperoleh dan didapatkan oleh setiap konsumen banyak menjadi suatu kealpaan yang dilakukan oleh produsen atau penjual. Sebagai contoh adalah hak mendapat informasi yang benar terhadap label harga pada setiap produk yang dijual pada setiap swalayan di Gampong Kopelma Darussalam Kota Banda Aceh. Informasi label harga yang seharusnya menjadi hak konsumen atas informasi suatu barang tidak diberikan oleh pihak pemilik swalayan sehingga banyak konsumen yang mengeluh atas tidak adanya informasi yang seharusnya ia peroleh.

Bahkan pihak swalayan sendiri mengakui banyak konsumen yang bertanya secara langsung kepada kasir harga setiap barang yang dijual yang kebetulan tidak tertera label harga pada barang tersebut, dan juga mereka bertanya kenapa pihak swalayan tidak menaruh saja label harga pada barang yang mereka perjualbelikan.¹⁶

Hal tersebut sebagaimana yang diungkapkan oleh salah satu konsumen swalayan di Gampong Kopelma Darussalam bahwa konsumen merasa dirugikan karena seperti diketahui bahwa label harga pada barang berguna sebagai informasi kepada konsumen. Apalagi konsumen suka membandingkan harga antara

¹⁵Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen.....*, hlm. 38-39.

¹⁶ Wawancara dengan Mariati, Pemilik Darussalam Swalayan, Pada Tanggal 17 Desember 2018, di Banda Aceh.

swalayan satu dan swalayan lainnya. Dengan tidak adanya label harga tersebut maka informasi tersebut tidak jelas sama sekali serta terhambatnya hak mereka sebagai konsumen yaitu hak untuk mendapat segala informasi terkait harga barang.¹⁷

Selain itu konsumen merasa hal tersebut sangat tidak praktis, dengan tidak adanya label konsumen harus membuang waktu bertanya mengenai harga dari setiap barangnya pada pegawai, apalagi jika konsumen membeli banyak. Dan jika konsumen hanya membawa uang pas-pasan dengan tidak ada label harga dikawatirkan jumlah belanjaan mereka jadi *over budget* dan timbulah rasa kesal berujung tidak ikhlas terhadap transaksi jual beli tadi.¹⁸

Hal tersebut juga diungkapkan oleh konsumen lainnya bahwa tanpa label harga tentunya sangat tidak efisien, apalagi tujuan adanya swalayan untuk membuat kegiatan belanja menjadi gampang. Akan tetapi jika swalayan yang tidak mencantumkan label harga membuat konsumen bingung dan tidak mungkin juga konsumen harus bertanya harga barang satu persatu baik kepada pegawai atau kepada kasir langsung.¹⁹

Selain itu konsumen merasa dirugikan dengan jual beli tanpa label harga ini. Apalagi konsumen sebagai anak kos pasti mencari harga yang termurah. Jika mereka terlanjur membeli dan ternyata harganya lebih mahal dibandingkan biasanya, maka konsumen merasa ditipu oleh pihak swalayan tadi. Apabila swalayan memberikan label harga pada barang, justru hal tersebut baik bagi

¹⁷ Wawancara dengan Ratna, Salah Satu Konsumen Swalayan di Gampong Kopelma Darussalam, Pada Tanggal 20 Desember 2018.

¹⁸ Wawancara dengan Ratna, Salah Satu Konsumen Swalayan di Gampong Kopelma Darussalam, Pada Tanggal 20 Desember 2018.

¹⁹ Wawancara dengan Hendra, Salah Satu Konsumen Swalayan di Gampong Kopelma Darussalam, Pada Tanggal 20 Desember 2018.

swalayan ataupun bagi konsumen intinya sama sama untung bukan justru malah merugikan satu pihak.²⁰

Konsumen lainnya juga mengungkapkan bahwa swalayan yang tidak melabelkan harga pada barang yang diperjualbelikan bisa membingungkan konsumen karena biasanya dengan adanya harga, konsumen jadi terbantu dalam berbelanja, namun bukannya terbantu jika barang yang mau dibeli tidak ada label harga nya maka akan sangat menyusahakan konsumen. Apalagi jika swalayan yang dituju merupakan swalayan yang terbilang ramai atau mudah dijangkau maka akan sangat merugikan konsumen lainnya kalau label harga tidak dipasang. Tidak adanya label harga pada barang yang diperjualbelikan tentunya sangat mempengaruhi minat beli konsumen.²¹

Selain itu, konsumen merasa kesal dan merasa tidak nyaman dengan tidak adanya label harga pada barang. Banyak konsumen yang segan bertanya kepada kasir atas harga barang tersebut tapi konsumen sangat membutuhkan barangnya maka mereka seakan terpaksa membeli barang tersebut dan ternyata harganya berbeda dari biasanya dia tahu.²²

Oleh karena itu dari seluruh tanggapan konsumen maka dapat disimpulkan bahwa para konsumen merasa dirugikan dengan tidak adanya pencantuman label harga pada produk yang dijual pada swalayan di Gampong Kopelma Darussalam Kota Banda Aceh, konsumen merasa direpotkan dengan tidak adanya label harga

²⁰ Wawancara dengan Meri, Salah Satu Konsumen Swalayan di Gampong Kopelma Darussalam, Pada Tanggal 21 Desember 2018.

²¹ Wawancara dengan Rita, Salah Satu Konsumen Swalayan di Gampong Kopelma Darussalam, Pada Tanggal 21 Desember 2018.

²² Wawancara dengan Aini, Salah Satu Konsumen Swalayan di Gampong Kopelma Darussalam, Pada Tanggal 21 Desember 2018.

dan menganggap tidak efisien serta tidak memuaskan dalam belanja dengan tanpa adanya informasi terhadap harga yang di jual.

3.4. Tinjauan Konsep *Bai' Mu'ātah* dan UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Mengenai Praktik Jual Beli Produk Tanpa Label Harga

Label merupakan suatu bagian dari sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau penjualnya. Label menjadi bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi mengenai produk dan penjual yang merupakan bagian dari kemasan.²³

Pada jual beli tanpa label harga dengan menggunakan mekanisme pembayaran di akhir ini jika konsumen tidak menanyakan harga di awal transaksi akan sangat rentan sekali pelaku usaha untuk memainkan harga dalam jual belinya. Harga memainkan peranan penting dalam menentukan keuntungan kepada pelaku usaha. Semakin tinggi harga barang, maka semakin tinggi keuntungan yang diraih oleh pelaku usaha. Namun, banyak yang tidak memahami bahwa setiap kali mereka menaikkan harga barang, maka semakin meningkat beban yang terpaksa ditanggung oleh pengguna. Terkait hal itu, Islam lebih menitikberatkan kepada keadilan dan kesamaan, sebagaimana ditegaskan dalam Alquran surat *al-Nisā'* ayat 135:

²³ Angipora Marius P, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), hlm. 192.

﴿ يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ بِالْقِسْطِ شُهَدَاءَ لِلَّهِ وَلَوْ عَلَىٰ أَنفُسِكُمْ أَوِ
 الْوَالِدِينَ وَالْأَقْرَبِينَ ۚ إِن يَكُنْ غَنِيًّا أَوْ فَقِيرًا فَاللَّهُ أَوْلَىٰ بِهِمَا ۖ فَلَا تَتَّبِعُوا أَهْوَىٰ ۖ أَن
 تَعْدِلُوا ۚ وَإِن تَلَوْرَأْ أَوْ تَعْرِضُوا فَإِنَّ اللَّهَ كَانَ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرًا ۝﴾

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, jadilah kamu orang yang benar-benar penegak keadilan, menjadi saksi karena Allah biarpun terhadap dirimu sendiri atau ibu bapa dan kaum kerabatmu. Jika ia kaya ataupun miskin, maka Allah lebih tahu kemaslahatannya. Maka janganlah kamu mengikuti hawa nafsu, karena ingin menyimpang dari kebenaran. Dan jika kamu memutar balikkan (kata-kata) atau enggan menjadi saksi, maka sesungguhnya Allah adalah Maha Mengetahui segala apa yang kamu kerjakan.

Sejalan dengan itu, Islam juga mengharamkan kezaliman. Dalam Alquran surat *Hūd* ayat 113, Allah berfirman:

﴿ وَلَا تَرْكَبُوا إِلَىٰ الَّذِينَ ظَلَمُوا فَتَمَسَّكُمُ النَّارُ وَمَا لَكُم مِّن دُونِ اللَّهِ مِن أَوْلِيَاءَ ۗ ثُمَّ
 لَا تُنصَرُونَ ۝﴾

Artinya: “Dan janganlah kamu cenderung kepada orang-orang yang zalim yang menyebabkan kamu disentuh api neraka, dan sekali-kali kamu tiada mempunyai seorang penolongpun selain daripada Allah, kemudian kamu tidak akan diberi pertolongan.”

Penentuan harga dan kebijakan pelaku usaha mengenai naik turunnya harga suatu produk, sebenarnya tidak ada dalil dari nas Alquran dan hadis secara rinci yang khusus membahas permasalahan itu. Namun, secara garis panduan umum berdasarkan prinsip menegakkan keadilan dan menolak kezaliman

sebagaimana yang dijelaskan dalam ayat-ayat sebelum ini, harga yang diletakkan kepada suatu barang yang ingin dikeluarkan jangan sampai menindas pengguna dan jangan mengabaikan hak penjual untuk mendapatkan keuntungan.

Jual beli pada umumnya mempunyai rukun dan syarat yang harus dipenuhi, sehingga jual beli itu dapat dikatakan sah atau tidak sah. Jual beli tanpa label harga dalam praktiknya secara umum sudah memenuhi rukun jual beli, di mana adanya pelaku usaha dan konsumen sebagai *al-muta'āqidain*, adanya ijab dan kabul, ada barang yang dibeli dan ada nilai tukar pengganti barang.²⁴ Akan tetapi, yang menjadi permasalahan ialah akad atau ijab kabul yang terjadi pada mekanisme jual beli tanpa label harga, di mana tidak adanya informasi harga yang diberikan oleh pelaku usaha di awal transaksi.

Apabila dilihat menurut konsep *bai' mu'āṭah*, di mana dalam jual belinya antara penjual/pelaku usaha dan konsumen/pembeli tidak menyebutkan kata ijab kabul. Maksudnya yaitu kedua belah pihak yang melakukan akad sepakat atas harga barang dan jenisnya kemudian keduanya saling memberikan kepada yang lain tanpa menyebut harga atau jenis barang.²⁵

Akad atau ijab kabul pada praktik jual beli tanpa label harga berdasarkan hasil penelitian dapat dikatakan mengandung unsur-unsur yang melanggar syarat sah jual beli, di antaranya:

²⁴ Mardani, *Hukum Islam "Kumpulan Peraturan tentang Hukum Islam di Indonesia"*, hlm. 9-10.

²⁵ Wahbah Az-Zuhaili, *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu*, (Damaskus: Dār Al-Fikr, 2004), Juz 5, hlm. 3314.

1. *Gharar* (ketidakjelasan, keraguan atau tipuan), yang dimaksud di sini adalah ketidakjelasan masalah harga akibat tidak adanya informasi dari pelaku usaha/penjual kepada konsumen/pembeli.
2. *Ikrāh* (paksaan), paksaan di sini maksudnya ialah paksaan terhadap konsumen untuk membayarkan sejumlah uang ketika membeli suatu barang tanpa diketahui harga sebelumnya.²⁶

Apabila dilihat dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen, jual beli diatur dalam pasal 1457-1540 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Menurut pasal 1457 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, jual beli adalah suatu persetujuan yang mengikat, pihak penjual berjanji menyerahkan suatu barang/benda, dan pihak lain yang bertindak sebagai pembeli mengikat diri berjanji untuk membayar harga.²⁷ Jika dikaitkan pada praktik jual beli tanpa label harga merujuk pada pasal 1457 di atas, persetujuan jual beli sekaligus membebankan dua kewajiban. *Pertama*, kewajiban pihak pelaku usaha/penjual menyerahkan barang yang dijual kepada pembeli. *Kedua*, kewajiban pihak konsumen/pembeli membayar harga barang yang dibeli kepada pelaku usaha.

Kewajiban dalam persetujuan jual beli sesuai dengan pasal 1457 KUHPPerdata di atas dapat dipahami bahwa para pihak harus menyepakati jual beli baik dari sistem penyerahan barang dan pembayaran agar kiranya pihak-pihak tidak akan merasakan suatu kerugian.

Berkaitan dengan kerugian yang muncul akibat perilaku pelaku usaha dengan tidak mencantumkan label harga dalam penjualan setiap produk di

²⁶ Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*,..... hlm.54.

²⁷ Ahmadi Miru, *Hukum Kontrak dan Perancangan Kontrak*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 36.

swalayan, perlindungan hukum dalam upaya perlindungan konsumen juga dijelaskan dalam Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang menyebutkan bahwa perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.

Perlindungan konsumen yang dimaksud dalam praktik jual beli tanpa label harga yang menyebabkan kerugian kepada konsumen menurut Janus Sidabolak ialah aspek perlindungan terhadap diberlakukannya kepada konsumen syarat-syarat yang tidak adil yakni permasalahan perilaku pelaku usaha yang tidak memberikan informasi masalah harga.²⁸

Dalam hal ini, pelaku usaha diwajibkan untuk memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi barang walaupun secara eksplisit Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen tidak ada mengatur keharusan melabelisasi harga penjualan. Namun, pada pasal 7 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tersebut adanya penegasan bagi pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan atau jasa yang dalam hal ini masalah harga, karena secara penafsiran analogis terhadap pasal tersebut dalam undang-undang itu dianggap menjadi dasar keharusan pelaku usaha untuk memberikan informasi harga.

²⁸ Janus Sidabolak, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014), hlm 8.

BAB EMPAT

PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Dari hasil pembahasan di atas, maka pada bab ini dapat penulis menarik kesimpulan yaitu:

1. Para konsumen merasa dirugikan dan direpotkan dengan tidak adanya pencantuman label harga pada pruduk yang dijual pada Swalayan Gampong Kopelma Darussalam Kota Banda Aceh. Konsumen merasa salah satu haknya yaitu transparansi informasi dalam pelabelan harga secara langsung pada barang tidak terpenuhi, serta tidak ada kepuasan dalam berbelanja bila tanpa adanya informasi harga terhadap barang yang dijual. Alasan utama pihak swalayan memang tidak mencantumkan label harga pada semua produk yang dijual dikarenakan tidak stabilnya harga suatu produk yang dijual, apabila telah dilabelkan harga maka bila barang tersebut harganya suatu waktu akan naik maka pihak swalayan diharuskan untuk mengganti label harga tersebut sesuai dengan harga pasar.
2. Menurut konsep *bai' mu'ātah*, akad pada praktik jual beli tanpa label harga pada Swalayan Gampong Kopelma Darussalam dapat dikatakan mengandung unsur-unsur yang melanggar syarat sah jual beli, di antaranya *gharar* (ketidakjelasan, keraguan atau penipuan), *ikrāh* (paksaan). Sedangkan menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen bahwa perbuatan tidak mencantumkan label harga pada produk barang pada

Swalayan adalah melanggar ketentuan Undang-Undang, sebagaimana dalam pasal 7 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tersebut mengharuskan bagi pelaku usaha untuk dapat memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan atau jasa, dalam hal ini dipertegas oleh Permendag No. 35 Tahun 2013 Tentang Pencantuman Harga Barang dan Tarif Jasa Yang Diperdagangkan.

4.2. Saran

Sebagai saran dalam skripsi ini, penulis ingin mengemukakan himbauan dan saran kepada beberapa pihak yang terlibat dalam jual beli pada Swalayan Gampong Kopelma Darussalam Banda Aceh khususnya dan kepada seluruh pembaca pada umumnya.

1. Diharapkan kepada pihak Swalayan Gampong Kopelma Darussalam agar dapat mencantumkan label harga pada setiap produk yang diperjual belikan sehingga dapat memberikan kemudahan bagi konsumen.
2. Diharapkan kepada seluruh konsumen swalayan khususnya konsumen Swalayan Gampong Kopelma Darussalam agar senantiasa dapat cermat dalam membeli setiap produk serta dapat menggunakan hak-hak konsumen dalam jual beli.
3. Diharapkan kepada pemerintah terutama pemerintah Kota Banda Aceh agar dapat mensosialisasikan setiap produk yang diperjual belikan oleh setiap Swalayan khususnya pencantuman label harga pada setiap produk sebagaimana yang diamanahkan dalam Undang-Undang.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Abdul Aziz Dahlan, *Ensiklopedi Teematik Dunia Islam*, Jilid. 3, Jakarta: Ichtiar Baru Van Hoeve, 2003.
- Abdurahman bin Muhammad bin Qasim al-‘Asimi al-Najdi, *Hasyiyah al-Raud al-Murbi’ Syarh Zad al-Mustagni*, Jilid. IV, 1992.
- Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum perlindungan konsumen*, Jakarta: Raja Grafindo, 2004.
- Angipora Marinus P, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002.
- Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Diadit Media, 2002.
- Badan Perlindungan Konsumen Nasional, *Perlindungan Konsumen Indonesia, Cet. II*, Jakarta, 2005.
- C.S.T. Kansil, *Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2005.
- Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2009.
- Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2011.
- Gemala Dewi, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia* Jakarta: Kencana, 2005.
- Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan, Cet. I*, Jakarta: Visimedia, 2008.
- Hasbi ash-Shaddieqy, *Al-Islam*, Jilid. 2, Semarang: Pustaka Rizki Putra, 2001.
- Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005.
- Janus Sidabolak, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014.
- Mardalis, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Bumi Akasara, 2006.
- Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah*, Jakarta: Kencana, 2012.
- Marzuki Abu Bakar, *Metodologi Penelitian*, Banda Aceh, 2013.
- Muhammad Nazir, *Metode Penelitian*, Jakarta : Ghalia Indonesia, 1998.

- Muhammad Nashiruddin al- Albani, *Shahih Sunan Ibnu Majah*, jilid 2, Jakarta: Pustaka Azzam, 2007.
- Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta : Kencana, 2006.
- Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007.
- Purnadi Purbacaraka dan Soerjono Soekanto, *Sendi-Sendi Ilmu Hukum dan Tata Hukum Bandung*: Citra Aditya Bakti, 1989.
- Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah: untuk UIN, STAIN, PTAIS dan Umum*, Bandung: Pustaka Setia, 2001.
- Republik Indonesia, *Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*.
- Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah*, Beirut: Dār al- Fath al- Arabia, 1990.
- Siwi Purwandari, *Pengantar Teori Hukum*, Nusa Media, Bandung, 2010.
- Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya, ed. I, cet. I*, Jakarta: Kencana, 2008.
- Wahbah az-Zuhaili, *Fiqh Islami Wa Adillatuhu, Juz. V*, Terj. Abdul Hayyie al-Kattani, dkk, Jakarta: Gema Insani, 2011.
- Wahbah Zuhaili, *Fiqh Imam Syafi'i, Jld. 1*, Terj. Muhammad Afifi dan Abdul Hafiz, Jakarta: Almahira, 2010.
- Wawancara dengan Hendra, *Salah Satu Konsumen Swalayan di Gampong Kopelma Darussalam*, Pada Tanggal 20 Desember 2018.
- Wawancara dengan Muhammad Nur, *Pemilik Mulia Swalayan*, Pada Tanggal 17 Desember 2018.
- Wawancara dengan Said Munawir, *Mitra Jaya Swalayan*, Pada Tanggal 18 Desember 2018.
- Wawancara dengan Zul Heri, *Pemilik Market Mudah Rezeki*, Pada Tanggal 18 Desember 2018.
- Wawancara dengan Mariati, *Pemilik Darussalam Swalayan*, Pada Tanggal 17 Desember 2018.
- Wawancara dengan Ratna, *Salah Satu Konsumen Swalayan di Gampong Kopelma Darussalam*, Pada Tanggal 20 Desember 2018.

Wawancara Aini, *Salah Satu Konsumen Swalayan di Gampong Kopelma Darussalam*, Pada Tanggal 21 Desember 2018.

Wawancara Meri, *Salah Satu Konsumen Swalayan di Gampong Kopelma Darussalam*, Pada Tanggal 21 Desember 2018.

Wawancara Rita, *Salah Satu Konsumen Swalayan di Gampong Kopelma Darussalam*, Pada Tanggal 21 Desember 2018.

Yusuf Shofie, *Pelaku Usaha, Konsumen, Dan Tindak Pidana Korporasi*, cet. 1, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002.

Yusuf Shofie, *Perlindungan Konsumen dan Instrumen-instrumen Hukumnya*, Cet.2 Bandung : Citra Aditya Bakti, 2003.

Zumrotin K Susilo, *Penyambung Lidah Konsumen*, Jakarta, Puspa Suara, 1996.





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
 Telp./Fax. 0651-7557442 Email: fsh@ar-raniry.ac.id

Nomor : 4466/Un.08/FSH.I/11/2018

15 November 2018

Lampiran : -

Hal : Permohonan Kesediaan Memberi Data

Kepada Yth.

1. Mitra Jaya Swalayan, Jl.T.Nyak Arif, Kopelma Darussalam, Banda Aceh
2. Market Mudah Rezeki, Jl.T.Nyak Arif, Kopelma Darussalam, Banda Aceh
3. Mulia Swalayan, Jl.T.Nyak Arif, Kopelma Darussalam, Banda Aceh
4. Darussalam Swalayan, Jl.T.Nyak Arif, Kopelma Darussalam, Banda Aceh

Assalamu'alaikum Wr.Wb

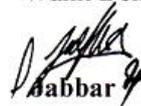
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Amna Mariyah
 NIM : 121309947
 Prodi / Semester : Hukum Ekonomi Syariah/ XI (Sebelas)
 Alamat : Gp. Lampeudaya, Darussalam, Aceh Besar

adalah benar mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Ar-Raniry Banda Aceh terdaftar pada Semester Ganjil Tahun Akademik 2018/2019, dan sedang menyusun Skripsi yang berjudul, "**Jual Beli Produk Tanpa Label Harga Ditinjau Menurut Perspektif Ba'i Mu'atah dan UU No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus di Swalayan Gampong Kopelma Darussalam Banda Aceh)**" maka kami mohon kepada Bapak/Ibu untuk dapat memberikan data-data serta penjelasan seperlunya yang berhubungan dengan Judul tersebut diatas.

Demikian, atas bantuan dan kerja sama yang baik kami haturkan terimakasih.

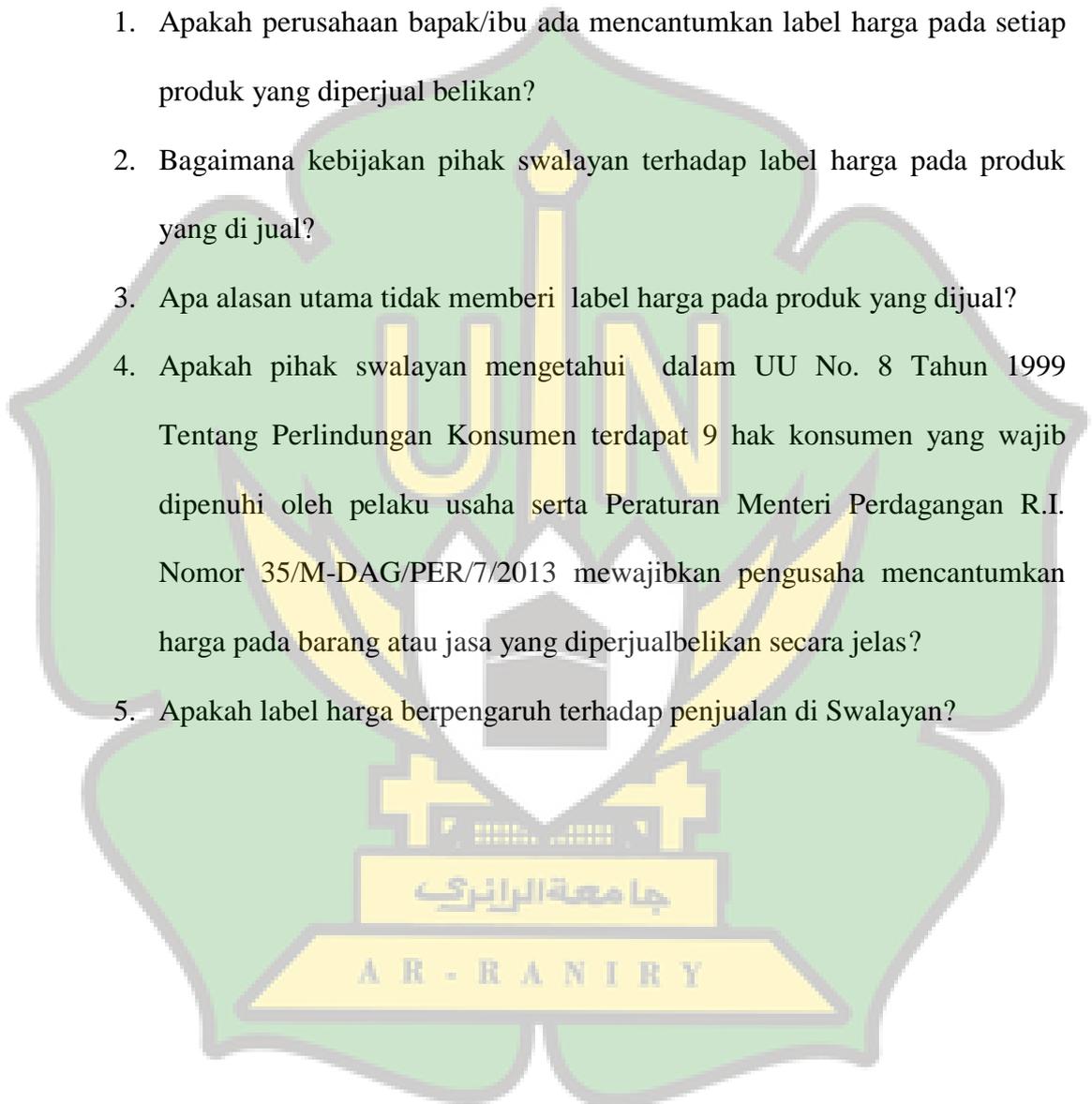
Wassalam
 a.n. Dekan
 Wakil Dekan I,


 abbar

Lampiran: Daftar Wawancara

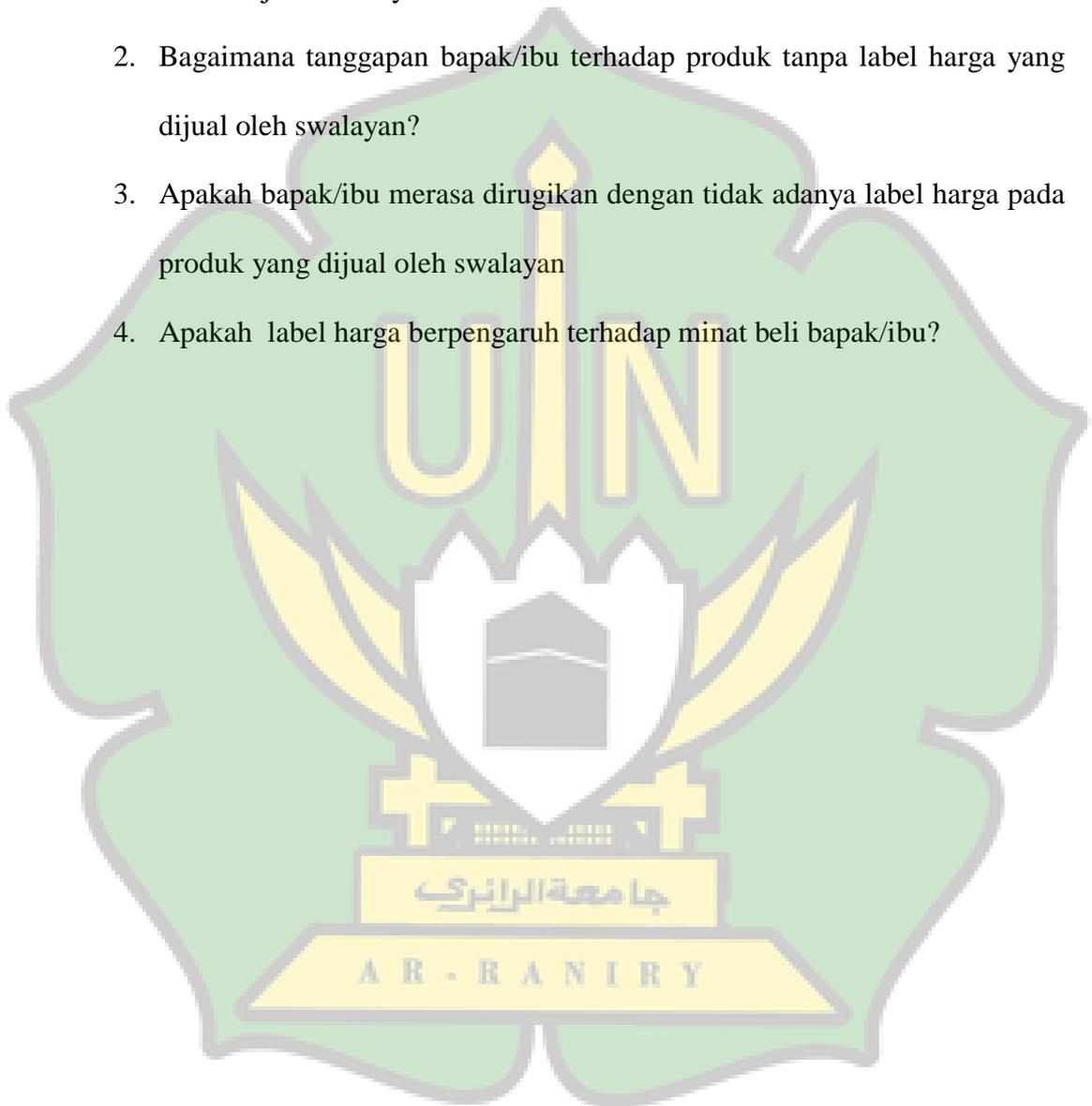
Pihak Swalayan

1. Apakah perusahaan bapak/ibu ada mencantumkan label harga pada setiap produk yang diperjual belikan?
2. Bagaimana kebijakan pihak swalayan terhadap label harga pada produk yang di jual?
3. Apa alasan utama tidak memberi label harga pada produk yang dijual?
4. Apakah pihak swalayan mengetahui dalam UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen terdapat 9 hak konsumen yang wajib dipenuhi oleh pelaku usaha serta Peraturan Menteri Perdagangan R.I. Nomor 35/M-DAG/PER/7/2013 mewajibkan pengusaha mencantumkan harga pada barang atau jasa yang diperjualbelikan secara jelas?
5. Apakah label harga berpengaruh terhadap penjualan di Swalayan?



Pihak Konsumen

1. Apakah bapak/ibu menemukan produk tanpa label harga pada produk saat berbelanja di swalayan?
2. Bagaimana tanggapan bapak/ibu terhadap produk tanpa label harga yang dijual oleh swalayan?
3. Apakah bapak/ibu merasa dirugikan dengan tidak adanya label harga pada produk yang dijual oleh swalayan?
4. Apakah label harga berpengaruh terhadap minat beli bapak/ibu?



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Amna Mariyah
Tempat/Tanggal Lahir : Meudang Ara, 13 Desember 1994
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan/NIM : Mahasiswi/121309947
Agama : Islam
Kebangsaan/Suku : Indonesia/Aceh
Status Pernikahan : Belum Menikah
Alamat : Ds. Meudang Ara, Kec. Blangpidie, Kab.
Aceh Barat Daya, Prov. Aceh

Orang Tua:

- ❖ Nama Ayah : Syamsuddin
- ❖ Pekerjaan Ayah : Jualan Kaki Lima
- ❖ Nama Ibu : Cut Asyiyah
- ❖ Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga
- ❖ Alamat : Ds. Meudang Ara, Kec. Blangpidie, Kab.
Aceh Barat Daya. Prov. Aceh

Jenjang Pendidikan

- ❖ MIN : MIN Blangpidie Tahun 2007
- ❖ MTsN : MTsN Susoh Tahun 2010
- ❖ MAN : MAN Blangpidie Tahun 2013
- ❖ Perguruan Tinggi : Fakultas Syariah dan Hukum Prodi Hukum
Ekonomi Syari'ah UIN Ar-Raniry, Tahun
Masuk 2013

Banda Aceh, 08 Desember 2019

Amna Mariyah