

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pembangunan dan perkembangan perekonomian umumnya dan khususnya di bidang perindustrian dan perdagangan telah menghasilkan berbagai variasi barang dan jasa yang dapat dikonsumsi. Di samping itu globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi dan informatika telah memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan jasa, melintasi batas-batas wilayah, dan arus transaksi barang dan jasa yang ditawarkanpun bervariasi baik produksi luar negeri maupun dalam negeri.

Kondisi yang demikian pada suatu pihak mempunyai manfaat bagi konsumen karena kebutuhan konsumen akan barang dan jasa yang diinginkan dapat terpenuhi serta terbuka lebar kebebasan untuk memilih aneka jenis dan kualitas barang atau jasa sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen.

Di sisi lain kondisi dan fenomena tersebut di atas dapat mengakibatkan kedudukan antara pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang dimana konsumen berada pada posisi lemah. Konsumen jadi obyek aktivitas bisnis pelaku usaha untuk meraup keuntungan yang sebesar-besarnya melalui kiat promosi, cara penjualan, serta perjanjian-perjanjian yang merugikan konsumen.

Faktor utama yang menjadi kelemahan konsumen adalah tingkat kesadaran konsumen akan haknya masih rendah. Hal ini terutama disebabkan

oleh rendahnya pendidikan konsumen. Oleh karena itu Undang-Undang Perlindungan Konsumen dimaksudkan menjadi landasan hukum yang kuat bagi pemerintah dan bagi lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat untuk melakukan upaya pemberdayaan konsumen melalui pembinaan dan pendidikan konsumen.

Upaya pemberdayaan ini penting karena tidak mudah mengharapkan kesadaran pelaku usaha yang pada dasarnya prinsip ekonomi pelaku usaha adalah mendapatkan keuntungan yang maksimal mungkin terhadap konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Atas dasar kondisi sebagaimana dipaparkan di atas, perlu upaya pemberdayaan konsumen melalui pembentukan undang-undang yang dapat melindungi kepentingan konsumen secara integral dan komprehensif serta dapat diterapkan secara efektif di masyarakat.

Piranti hukum yang melindungi konsumen tidak dimaksudkan untuk mematikan usaha para pelaku usaha, tetapi justru sebaliknya perlindungan konsumen dapat mendorong lahirnya perusahaan yang tangguh dalam menghadapi persaingan melalui penyediaan barang dan jasa yang berkualitas.

Di samping itu Undang-Undang tentang Perlindungan Konsumen dalam pelaksanaannya tetap memberikan perhatian khusus kepada pelaku usaha kecil dan menengah, hal ini dilakukan melalui upaya penerapan sangsi atas penyelenggaraannya.

Perlindungan terhadap konsumen berkaitan dengan kegiatan bisnis, yaitu perdagangan barang dan jasa termasuk dalam lingkup kegiatan ekonomi. Namun demikian hal ini tidak dapat dilepaskan dari aspek-aspek lain seperti hukum, agama, pendidikan, sosial dan budaya. Oleh karena itu perlindungan konsumen perlu ditelaah dari berbagai sudut pandang.<sup>1</sup>

Beberapa hal penting yang perlu penelaahan adalah masalah perlindungan konsumen dalam perspektif etika bisnis Islam. Hal ini penting karena penduduk Indonesia mayoritas Islam, dengan demikian semestinya nilai-nilai ajaran Islam melandasi peraturan perundang-undangan yang mengatur kegiatan perekonomian masyarakat sehingga pada akhirnya akan mempengaruhi pelaku masyarakat dalam berbagai bidang, demikian halnya dalam kegiatan perekonomian. Oleh karena itu apakah Islam memberikan rambu-rambu mengenai perlindungan konsumen?

Dari uraian di atas melatar belakangi penulis untuk mengadakan penelitian dengan judul "PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN NO.8 TAHUN 1999 DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM".

---

<sup>1</sup> Muhammad. *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: UPP YKPN, 2004)

## **B. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang di atas, maka penulis merumuskan beberapa permasalahan yang perlu dibahas lebih lanjut antara lain:

1. Bagaimana konsep perlindungan konsumen dalam UUPK NO. 8/1999?
2. Bagaimanakah konsep perlindungan konsumen dalam UUPK NO. 8/1999 ditinjau dari Etika Bisnis Islam?

## **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui konsep perlindungan konsumen dalam UUPK NO.8/1999
2. Mengetahui konsep perlindungan konsumen dalam UUPK NO.8/1999 ditinjau dari Etika Bisnis Islam?

Sedangkan kegunaan penelitian ini diharapkan dapat:

1. Bagi lembaga pendidikan STAIN Kediri mudah-mudahan dapat memberikan kontribusi intelektual yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dan dapat menambah hasanah bacaan ilmiah.
2. Bagi penulis sendiri semoga dapat menambah wawasan tentang perlindungan konsumen dalam UU No. 8/1999 dan Etika Bisnis Islam.



## D. Metode Penelitian

### 1. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah telaah pustaka. (*library research*) yang artinya sumber data penelitian ini berasal dari bahan-bahan pustaka, tertulis atau literatur yang ada, kaitannya dengan permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini.

### 2. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dari berbagai literatur yaitu primer / sekunder yang berupa Undang-Undang dan bentuk tulisan lainnya. Namun hanya data atau informasi yang sehubungan dengan segi-segi tertentu dari pokok persoalan yang dikumpulkan, serta penelitian ini bukanlah aktivitas yang *incidental trial and error* dengan tujuan mengumpulkan apa, saja, juga bukan untuk mencari bahan-bahan yang telah ditentukan lebih dahulu dalam *program research*.<sup>1</sup>

### 3. Analisis Data

Penelitian ini sepenuhnya merupakan penelitian kepustakaan atau *library research* yang digunakan analisis yang bertumpu pada titik tolak *hermeneutic* (penafsiran) dan *fenomenologi* (gejolak sosial).<sup>2</sup>

Kemudian dalam mengambil kesimpulan penulis dengan menggunakan beberapa metode:

---

<sup>1</sup> Sutrisno Hadi, *Metode Research I*, (Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM, 1987), 8.

- a. Metode induktif, yaitu metode pembahasan yang berangkat dari fakta-fakta yang bersifat khusus, peristiwa-peristiwa yang komplis itu kemudian ditarik suatu generalisasi yang bersifat umum.<sup>3</sup>
- b. Metode deduktif, yaitu metode pembahasan suatu permasalahan yang berangkat dari pengetahuan umum dan bertitik tolak dari pengetahuan yang umum kita hendak menilai sesuatu kejadian khusus.<sup>4</sup>

## **E. Telaah Pustaka**

### **1. Ruang Lingkup Kajian**

Penelitian yang memfokuskan kajian tentang perlindungan konsumen memang sudah ada, namun yang memfokuskan kajian sebagaimana penelitian belum pernah ada. Setidaknya ada beberapa buku yang mempunyai keterkaitan dengan penelitian ini.

- a. Hukum perlindungan konsumen sebagai pengan tar oleh AZ Nasution, SH. Namun buku ini masih menterjemahkan undang-undang perlindungan konsumen.
- b. Hukum perlindungan konsumen Ahmadi miru dan Sutarman yodo, buku ini mengkritisi undang-undang perlindungan konsumen NO.8/1999.

---

<sup>2</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1988), 9.

<sup>3</sup> Sutrisno Hadi, *Metode Research I*, 42.

Dari buku-buku tersebut diatas yang penulis sebutkan diatas tidak ada yang memfokuskan kajian seperti penelitian ini.

Dengan demikian penelitian ini masih penting dikarenakan perlindungan dalam undang-undang tersebut diatas ditinjau menurut etika bisnis Islam

## **2. Batasan Kajian**

Untuk menjelaskan kajian ini penulis menyusun batasan perlindungan konsumen perspektif bisnis Islam.

Keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur dan melindungi konsumen dalam hubungan dan masalah penyediaan dan penggunaan produk (barang dan jasa) antara konsumen dan penyediaanya dan penggunaannya dalam kehidupan bermasyarakat yang tidak lepas dari prinsip-prinsip bisnis secara Islam.

## **F. Sistematika Pembahasan**

Untuk lebih memahami alur pembahasan skripsi ini, penulis menjelaskan bahwa skripsi ini terbagi menjadi 5 bab yaitu:

Bab I, merupakan bab pendahuluan yang di dalamnya memuat latar belakang masalah, yang mengungkapkan berbagai permasalahan perlindungan konsumen dalam perspektif etika bisnis Islam yang dilengkapi dengan rumusan

Bab II, menjelaskan teori yang berhubungan dengan konsep etika bisnis Islam dan perlindungan konsumen, di dalamnya memuat pengertian dan istilah batasan konsumen dan etika bisnis, prinsip-prinsip etika dalam berbisnis dalam Etika Bisnis Islam .

Bab III, menjelaskan konsep dasar perlindungan konsumen dalam Undang Undang Perlindungan Konsumen No. 8 tahun 1999 yang meliputi sumber-sumber hukum perlindungan konsumen, hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha, lingkungan konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 tahun 1999.

Bab IV, berisi kajian yang membahas tinjauan etika bisnis Islam terhadap konsep perlindungan konsumen dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 tahun 1999 Di dalamnya memuat konsep perlindungan konsumen dalam dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 tahun 1999, konsep perlindungan konsumen dalam UUPK ditinjau dari etika bisnis Islam

Bab V, merupakan bab terakhir dalam skripsi ini yang berisi kesimpulan dan saran-saran.