

PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF HUKUM BISNIS ISLAM

*Oleh: H. A. Khumedi Ja'far**

Abstrak

Pada era globalisasi dan perdagangan bebas (pasar global) pembangunan perekonomian di Indonesia khususnya di bidang perindustrian dan perdagangan telah membawa manfaat yang cukup besar bagi semua pihak (pelaku bisnis), yaitu semakin banyaknya pilihan barang atau jasa yang ditawarkan, dengan berbagai jenis, tipe, harga dan kualitas. Sehingga masyarakat akan lebih mudah dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, khususnya bagi para konsumen. Namun disisi lain konsumen juga dapat menjadi objek bagi para pelaku bisnis yang sengaja mencari keuntungan yang sebesar-besarnya, baik melalui promosi maupun penjualan yang seringkali merugikan para konsumen. Hal ini karena rendahnya pendidikan, pemafaaman dan etos kerja dari para pelaku bisnis. Disamping itu juga karena tidak adanya etika dalam berbisnis. Untuk itu perlulah dibuat peraturan perundang-undangan yang dapat menjamin semua pihak-pihak yang dirugikan

Kata kunci: *hukum bisnis Islam, perlindungan konsumen.*

A. Pendahuluan

Pembangunan perekonomian di Indonesia, khususnya di bidang perindustrian dan perdagangan telah membawa manfaat yang besar bagi semua pihak (pelaku ekonomi), terutama bagi konsumen, yaitu semakin banyaknya pilihan barang dan jasa yang ditawarkan, dengan berbagai jenis, tipe, harga dan kualitas.

Pada era globalisasi dan perdagangan bebas (pasar bebas), dan dengan dukungan ilmu pengetahuan dan teknologi canggih, maka semakin luas arus keluar-masuknya barang dan jasa yang menembus ke suatu negara, sehingga masyarakat dapat lebih mudah dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari baik berupa barang maupun jasa.¹¹

Dengan demikian akan dapat memberi banyak manfaat khususnya bagi konsumen. Namun disisi lain konsumen dapat menjadi objek atau sasaran bagi para pelaku ekonomi (bisnismen) yang sengaja mencari keuntungan yang sebesar-

* Penulis adalah Tenaga Pengajar pada Fakultas Syari'ah IAIN Raden Intan Lampung

¹ Neni Sri Imaniyati, *Hukwn Ekonomi dan Ekonomi Islam dalam Perkembangan*, Bandung : Mandar Maju, 2002), Hal.161.

besarnya, baik melalui promosi maupun penjualan yang sering kali merugikan para konsumen.

Hal yang harus disadari adalah lemahnya kedudukan konsumen, hal ini disebabkan karena tingkat kesadaran dan pendidikan konsumen yang relatif rendah, disamping itu juga pemahaman terhadap kegiatan ekonomi dan etos kerja yang rendah. Misalnya bisnis harus bertujuan mencari keuntungan semata tanpa memperhatikan mana yang halal dan mana yang haram, bisnis tidak memiliki etika (nurani), dan lain sebagainya. Untuk itu perhatian terhadap konsumen sangat diperlukan, karena setiap orang pada suatu waktu tertentu, baik sendiri maupun berkelompok, dalam situasi dan kondisi apapun pasti akan menjadi konsumen (pihak pemakai), baik terhadap barang maupun jasa, oleh karena itu diperlukan pemberdayaan konsumen.

Sekarang ini telah tumbuh kesadaran masyarakat tentang perlunya perlindungan konsumen yang dimulai di negara-negara maju. Apabila di masa-masa lalu pihak industriawan yang dipandang sangat berjasa bagi perkembangan perekonomian negara mendapat perhatian sangat besar, maka dewasa ini perlindungan terhadap konsumen lebih mendapat perhatian sesuai dengan semakin meningkatnya perlindungan terhadap hak asasi manusia.²

Perlindungan terhadap konsumen sangat berkaitan dengan kegiatan bisnis, yakni perdagangan barang dan jasa dalam lingkup kegiatan ekonomi. Namun demikian tidak dapat dilepaskan dari aspek-aspek lain, baik hukum, agama, pendidikan, sosial dan budaya. Oleh karena itu berkaitan dengan perlindungan konsumen, maka perlu ditelaah dari berbagai sudut pandang.

Salah satu hal penting yang perlu penelaahan adalah masalah perlindungan konsumen dalam perspektif hukum bisnis Islam (bisnis syari'ah). Hal ini penting karena penduduk Indonesia mayoritas beragama Islam, dengan demikian seharusnya nilai-nilai ajaran Islam mendasari peraturan perundang-undangan yang mengatur kegiatan perekonomian masyarakat, sehingga pada akhirnya akan mempengaruhi perilaku masyarakat dalam berbagai bidang. Oleh sebab itu perlu ditelaah apakah Islam memberikan rambu-rambu mengenai perlindungan konsumen dan apakah rambu-rambu (ketentuan) tersebut sudah sesuai dengan nilai-nilai hukum bisnis Islam (bisnis syari'ah).

B. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian studi kepustakaan (*library research*) yang menggunakan pendekatan yuridis normatif dan didukung dengan pendekatan historis. Selanjutnya data yang diperoleh dalam penelitian ini dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode ini digunakan untuk

² E. Saefullah, *Product Liability Tanggung Jawab Prodwen di Era Perdagangan Bebas*, (Jurnal Hukum Bisnis, Volume 5, 1998), hal.34.

menggambarkan suatu kondisi secara objektif tentang apakah Islam telah memberikan rambu-rambu mengenai perlindungan konsumen dan apakah rambu-rambu tersebut telah sesuai dengan nilai-nilai hukum bisnis Islam (bisnis syari'ah).

C. Hasil dan Pembahasan

1. Etika Bisnis Menurut Pandangan Pelaku Ekonomi

Penggunaan barang dan jasa, dalam hal ini konsumen keberadaannya sangat tidak terbatas, dengan tingkatan atau kelas yang bermacam-macam menyebabkan pihak produsen melakukan kegiatan pemasaran dan distribusi barang atau jasa dengan cara-cara yang seefektif mungkin dengan tujuan dapat menarik konsumen yang sangat beraneka ragam (majmuk) tersebut. Oleh karena itu berbagai usaha dilakukan demi mencapai sasaran atau tujuan tersebut. Usaha-usaha yang dilakukan tersebut kadang-kadang dapat menjurus pada hal yang negatif, bahkan dari awal sudah sengaja dengan i'tikad yang tidak baik, misalnya memberikan informasi yang tidak benar, informasi yang menyesatkan, barang (kualitas) jelek dikatakan bagus, cara-cara penjualan yang bersifat memaksa dan lain sebagainya.

Usaha-usaha yang dilakukan tersebut seringkali lebih diperburuk oleh pandangan-pandangan atau mitos-mitos bisnis itu sendiri. Misalnya bisnis adalah kotor, bisnis itu kejam, bisnis tidak mengenal saudara, sedikit berbohong dalam bisnis adalah wajar, bisnis dengan jujur tidak akan untung dan lain sebagainya³. Oleh karena mitos-mitos bisnis seperti itu, maka menurut sebagian pelaku bisnis itu tidak memerlukan etika, bahkan sebagian pendapat lain mengatakan bahwa dalam berbisnis yang disertai berfikir dan bermoral adalah hal yang mustahil, karena dianggap akan membuang-buang waktu saja, bahkan bisa menimbulkan kebangkrutan.

Berkaitan dengan hal tersebut di atas, maka ada beberapa pandangan yang pro dan kontra tentang perlu tidaknya etika dalam berbisnis :

- a. Pandangan yang tidak mendukung perlunya etika dalam melakukan kegiatan bisnis beranggapan bahwa⁴:
 - Bisnis adalah persaingan.
Maksudnya bahwa semua pelaku dalam persaingan ingin keluar sebagai pemenang. Setiap persaingan adalah pertarungan dan pertarungan itu mempunyai aturan sendiri.
 - Bisnis adalah asosial
Maksudnya bahwa aturan bisnis tidak bisa dikaitkan dengan aturan moral sosial. Bisnis mempunyai aturan sendiri yang tidak mungkin dicampuradukkan dengan yang lain. Perasaan sosial apabila dituangkan dalam kegiatan bisnis akan dapat mengganggu dan membuat lemah bisnis itu sendiri.

³ Neni Sri Imaniyati, *Hukum Ekonomi dan Ekonomi Islam dalam Perkembangan*, hal. 163

⁴ Mahmoodin, *Etika Bisnis Perbankan*, (Jakarta : Pustaka Sinar Harapan, 1994), hal.72.

- Bisnis harus bertujuan untuk keuntungan
Maksudnya bahwa tujuan utama bisnis adalah keuntungan, maka tanggung jawab sosial adalah tidak sesuai dan bertentangan dengan efisiensi.
 - Bisnis harus berkonsentrasi
Maksudnya bahwa dalam berbisnis tidak boleh banyak tujuan, apabila ada tujuan rangkap, misalnya tujuan ekonomi dan tujuan sosial, maka akan dapat membingungkan manajer.
 - Bisnis itu makan biaya
Maksudnya bahwa untuk menggerakkan kegiatan bisnis diperlukan biaya yang besar, apalagi apabila harus dibebani dengan biaya sosial, tentunya akan lebih berat lagi.
 - Selanjutnya Sony Keraf memberikan contoh tentang pendapat para pelaku bisnis yang berpandangan bahwa bisnis itu amoral, menurut pandangan tersebut bisnis adalah bisnis. Bisnis tidak bisa dicampuradukkan dengan etika.⁵
- b. Pandangan yang mendukung perlunya etika dalam melakukan kegiatan bisnis beranggapan bahwa⁶:
- Bisnis mempertaruhkan segalanya
 - Bisnis menyangkut hubungan antar manusia
 - Bisnis harus mengikuti kemauan masyarakat
 - Bisnis harus disertai kewajiban moral
 - Bisnis harus mengingat sumber daya yang terbatas
 - Bisnis harus menjaga lingkungan sosial
 - Bisnis harus menjaga keseimbangan, tanggung jawab dan sosial
 - Bisnis harus menggali sumber daya yang bermanfaat
 - Bisnis harus dapat memberi keuntungan jangka panjang
 - Legalitas bisnis berkaitan dengan moralitas.

Oleh karena kegiatan bisnis memerlukan etika, maka perlu disusun prinsip etika bisnis. Bahkan menurut Mahmoedin bahwa prinsip etika bisnis berkaitan dengan sistem nilai masyarakat. Oleh sebab itu prinsip etika bisnis yang berlaku di Indonesia berkaitan dengan sistem nilai masyarakat kita. Hal ini sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh Sony Keraf bahwa secara umum prinsip-prinsip yang berlaku dalam kegiatan bisnis yang baik sebenarnya tidak dapat dilepaskan dari kehidupan kita sebagai manusia pada umumnya. Demikian pula prinsip-prinsip yang berlaku dalam kegiatan bisnis yang baik sebenarnya tidak dapat dilepaskan dari kehidupan kita sebagai manusia pada umumnya. Demikian pula prinsip-prinsip itu sangat erat terkait dengan sistem nilai yang dianut oleh masyarakat masing-masing.

⁵ Sony Keraf dan Robert Haryono Imam, *Etika Bisnis Membangun Citra Bisnis Sebagai Profesi Luhur*, (Yogyakarta : Pustaka Filsafat, 1995), hal.56.

⁶ Mahmoedin, hal.76.

Adapun prinsip-prinsip etika bisnis antara lain :

- Bersifat bebas, artinya para pengusaha tahu apa yang baik dan apa yang buruk serta tahu mengenai bidang kegiatannya.
- Bertanggung jawab, yakni baik terhadap diri sendiri, kepada pemberi amanah, kepada orang yang terlibat, baik kepada masyarakat/konsumen.
- Bersikap jujur
- Bersikap adil Berbuat baik
- Bersikap hormat dan inovatif.⁷

Menurut Sony Keraf bahwa prinsip-prinsip bisnis adalah⁸ :

- a) Prinsip otonomi
Otonomi adalah sikap dan kemauan manusia untuk bertindak berdasarkan kesadarannya sendiri tentang apa yang dianggap baik untuk dilakukan.
- b) Prinsip kejujuran
Prinsip kejujuran terwujud dalam pemenuhan syarat-syarat perjanjian (akad) sebuah transaksi, penawaran terhadap barang dan jasa tentang kualitasnya, serta hubungan kerja perusahaan.
- c) Prinsip tidak bertabiat jahat (*non maleficence*) dan prinsip berbuat baik (*beneficence*)
Prinsip baik menuntut agar secara aktif dan maksimal berbuat hal baik kepada orang lain, sedangkan prinsip pasif menuntut agar kita tidak berbuat jahat kepada orang lain.
- d) Prinsip keadilan
Prinsip ini menuntut agar kita selalu memperlakukan orang lain sesuai dengan haknya.
- e) Prinsip hormat kepada diri sendiri
Prinsip ini menuntut agar kita pandai menghormati diri sendiri, sehingga kita dihormati orang lain.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa setiap pelaku bisnis memiliki pandangan yang berbeda tentang perlu tidaknya etika dalam kegiatan bisnis. Pandangan tersebut tentunya dipengaruhi oleh banyak faktor, baik faktor intern maupun faktor ekstern. Faktor intern seperti pemahaman terhadap agama dan kepercayaan yang dianutnya, latar belakang pendidikannya, faktor biologis dan lain sebagainya. Sedangkan faktor ekstern seperti faktor lingkungan alam dan lingkungan masyarakat.

2. Etika Bisnis Menurut Islam

Islam merupakan agama yang komprehensif dan universal. Dikatakan komprehensif, karena Islam mengatur seluruh aspek kehidupan manusia. Hal ini sebagaimana firman Allah SWT :

⁷ Mahmoedin, *Etika Bisnis Perbankan*, hal.80.

⁸ Sony Keraf dan Robert Haryono Imam, *Etika Bisnis Membangun Citra Bisnis Sebagai Profesi Luhur*, hal.70-73.

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ

(سبأ: ٢٨)

"Dan Kami (Allah) tidak mengutus kamu (Muhammad), melainkan kepada manusia seluruhnya, untuk membawa berita gembira dan peringatan. Akan tetapi kebanyakan manusia tidak mengetahui".

Dikatakan universal karena daya jangkauan (berlakunya) tidak terbatas oleh waktu dan tempat (صَالِحٌ لِكُلِّ زَمَانٍ وَ مَكَانٍ). Masalah bisnis atau perdagangan atau perekonomian merupakan salah satu bidang muamalah, dimana Islam telah menyediakan atau menetapkan rambu-rambu (ketentuan-ketentuannya).

Kaitannya dengan ibadah, Islam telah tegas menetapkan hukumnya, yakni tidak ada ibadah kecuali yang diatur dalam Al-Qur'an dan Al-Sunnah. Hal ini sebagaimana firman Allah SWT :

وَمَا كُنَّا مُعَذِّبِينَ حَتَّى نَبْعَثَ رَسُولًا (الاسراء: ١٥)

"Dan Kami tidak akan menghukum (mengazab) sebelum mengutus seorang rasul".

Oleh karena itu ibadah yang dilakukan diluar ketentuan Al-Qur'an dan Al-Sunnah tidak dibenarkan. Sedangkan untuk bidang muamalah. Islam hanya mengatur prinsip-prinsipnya saja, semua kegiatan muamalah dapat dilakukan selama tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip tersebut dan tidak merugikan pihak lain.

Berbicara tentang etika bisnis, kita harus merujuk kepada prinsip-prinsip ekonomi Islam. Dalam hal ini Islam menetapkan prinsip-prinsip perekonomian sebagai berikut⁹ :

- a. Islam menentukan berbagai macam kerja yang halal dan yang haram, tetapi hanya kerja yang halal saja yang dipandang sah oleh Islam.
- b. Kerjasama kemanusiaan yang bersifat gotong royong dalam usaha memenuhi kebutuhan harus dikembangkan.
- c. Nilai keadilan dalam kerjasama kemanusiaan harus selalu ditegakkan.

Secara khusus Islam telah menetapkan nilai-nilai atau etika yang harus dipatuhi dalam kegiatan bisnis. Salah satunya adalah etika dalam berdagang (berbisnis) yang merupakan salah satu bentuk dari kegiatan ekonomi. Prinsip dasar yang telah ditetapkan Islam mengenai perdagangan atau perniagaan merupakan tolok ukur kejujuran, kepercayaan dan ketulusan. Menurut Abdul Manan, sekarang ini banyak ketidaksempurnaan pasar yang seharusnya dapat

⁹ Ahmad Azhar Bashir, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam dalam Berbagai Aspek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Tiara Wacana, 1992), hal.13-14.

dilenyapkan jika prinsip ini diterima oleh inasyarakat bisnis dari bangsa-bangsa yang ada di dunia.¹⁰

Prinsip perdagangan atau perniagaan ini sebenarnya sudah banyak dijelaskan dalam Al-Qur'an maupun Al-Sunnah, diantaranya :

- Larangan sumpah palsu

Dalam berdagang (berbisnis), kita dilarang menggunakan sumpah palsu demi terjualnya barang-barang dagangannya. Hal ini sebagaimana sabda Nabi saw. :

الْحَلْفُ مَنْفَعَةٌ لِلتَّجَارَةِ هَمْحَمَةٌ لِلْبُرْكَاتِ (رواه البخاري ومسلم)

"Bersumpah (palsu) dapat mempercepat lakunya dagangan, tetapi dapat menghilangkan berkah (yang terkandung didalamnya)".

- Takaran yang benar

Dalam berdagang (berbisnis), nilai timbangan dan ukuran yang tepat dan standar benar-benar harus diutamakan, artinya kita tidak boleh mengurangi atau melebihkan timbangan atau takaran. Hal ini sebagaimana firman Allah

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ * الَّذِينَ إِذْ أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ * وَإِذَا كَالُوا لَهُمْ

أَوْ وَزَنُوا لَهُمْ يُخْسِرُونَ (المطففين: ١-٣)

"Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi".

- Itikad baik

Dalam berdagang (berbisnis), i'tikad baik merupakan hakekat dari bisnis itu sendiri, artinya dalam berbisnis hendaklah didasarkan pada i'tikad dan tujuan yang baik, sehingga menguntungkan semua pihak tanpa merugikan salah satu pihak. Itikad baik juga dapat menimbulkan hubungan yang baik dalam usaha. Oleh karena itu Islam menganjurkan apabila melakukan transaksi sebaiknya dinyatakan secara tertulis dengan menjelaskan rukun dan syarat-syaratnya.

Berkaitan dengan prinsip-prinsip tersebut di atas, lebih jauh Hamzah Ya'cub merinci prinsip-prinsip moral dagang (bisnis) menurut Islam sebagai berikut¹¹

- Jujur dalam takaran
- Menjual barang yang halal
- Menjual barang yang baik mutunya
- Tidak boleh menyembunyikan barang yang cacat Tidak boleh main-main sumpah
- Longgar dan bermurah hati

¹⁰ Abdul Manan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta : Dana Bhakti Wakaf, 1995),hal.288.

¹¹ Hamzah Ya'cub, *Etika Islam : Pembinaan Akhlaqul Karimah (Suatu Pengantar)*, CV. Diponegoro, 1996), hal.161-164.

- Tidak boleh menyaingi kawan, maksudnya bahwa kita dilarang kawan dengan cara yang tidak benar.
- Mencatat utang-piutang, maksudnya bahwa dalam transaksi utang-piutang hendaklah dicatat atau ditulis pihak yang memberi utang, pihak yang berutang, alamat keduanya, besarnya uang atau barang yang diutangkan, waktu terjadinya utang dan waktu pengembalian utang sebagai ikatan perjanjian.

Hal ini sebagaimana firman Allah SWT :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدِينٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْبَ كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيُمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْئًا

(البقرة: ٢٨٢)

"Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai (utang) untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seorang penulis diantara kamu menuliskannya dengan benar. Dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah telah mengajarkannya, maka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun dari utangnya".

- Mengeluarkan zakat 2,5 persen sebagai pembersih harta.
- Larangan riba, maksudnya bahwa kita dilarang mengambil manfaat dari suatu harta secara tidak benar, karena hal itu termasuk riba. Hal ini sebagaimana sabda Nabi :

عَنْ عَلِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : كُلُّ قَرْضٍ جَرٌّ مَنْفَعَةٌ فَهُوَ مِنْ وَجْهِ الرِّبَا (رواه البيهقي)

"Tiap-tiap piutang yang mengambil manfaat, maka itu salah satu dari beberapa macam riba.

3. Penegakan Etika Bisnis Islam pada Masyarakat Global

Perlindungan konsumen dalam era globalisasi menjadi sangat penting, karena konsumen disamping mempunyai hak-hak yang bersifat universal, juga mempunyai hak yang sangat bersifat spesifik. Dengan demikian peraturan perundang-undangan tentang perlindungan konsumen harus memuat nilai-nilai yang universal dan nilai-nilai yang spesifik sesuai dengan nilai-nilai yang tumbuh dalam masyarakat dan nilai-nilai dalam Islam.

Apabila dikaji dari pasal demi pasal dalam undang-undang perlindungan konsumen, tampaknya banyak ketentuan yang sesuai dengan nilai-nilai bisnis Islam walaupun dengan redaksi yang berbeda tetapi substansi dan tujuannya sama, yaitu ; untuk melindungi konsumen, jujur dalam takaran atau timbangan, bertikad baik dalam usaha, menjual barang yang baik kualitasnya, larangan menyembunyikan barang yang cacat, larangan bermain-main sumpah dan larangan persaingan tidak sehat.

Namun demikian dalam beberapa hal (ketentuan) tertentu, etika bisnis Islam belum tersentuh dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen, misalnya : larangan memperjualbelikan barang atau jasa yang haram, larangan riba dan keharusan mengeluarkan zakat. Untuk itu perlu adanya dukungan dari berbagai lapisan masyarakat yang mayoritas beragama Islam untuk mendesak pemerintah agar membuat peraturan-peraturan yang mengandung nilai-nilai Islam.

Walaupun belum seluruhnya mencerminkan nilai-nilai penegakan hukum Islam, namun perlu dipikirkan bagaimana upaya penegakan hukum sesuai dengan etika bisnis Islam. Sesuai dengan fungsi hukum dalam masyarakat, hukum berfungsi untuk mengintegrasikan proses-proses sosial, politik, ekonomi dan lain sebagainya sehingga tercipta suatu pola-pola hubungan yang jelas dan mapan, yang mana umumnya disebut dengan ketertiban umum¹². Tetapi walau demikian hukum bukan merupakan sarana atau instrumen yang sudah siap belaka, hukum juga bukan sarana yang utuh (sempurna), namun hukum dipengaruhi banyak unsur dan faktor.

Lebih jauh Satjipto Raharjo menjelaskan bahwa agar hukum dapat bekerja sesuai dengan harapan masyarakat, maka diperlukan pembangunan hukum itu sendiri. Pembangunan hukum tersebut diantaranya¹³:

- a. Produk hukum yang baik, yaitu yang memiliki efektivitas tinggi untuk mencapai tujuan yang diinginkan, sehingga diperlukan banyak fasilitas pendukungnya.
- b. Manusia-manusia yang berhubungan dengan pelaksanaan hukum (pelaku hukum), sehingga disini diperlukan mentalitas atau moralitas manusia-manusia yang patuh hukum, baik para penegak hukum maupun masyarakat itu sendiri.
- c. Dukungan kekuatan-kekuatan dari luar hukum yang mantap yang memungkinkan hukum itu dijalankan dengan baik, yaitu kemauan politik dari pemerintah untuk menjalankan hukum yang benar.

D. Penutup

1. Kesimpulan

Berdasarkan uraian tersebut di atas kiranya dapat dikemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- a. Terdapat perbedaan pendapat dari para pelaku bisnis tentang perlu tidaknya etika dalam kegiatan bisnis. Satu pihak memandang bahwa etika sangat

¹² Satjipto Raharjo, *Pembangunan Hukum yang Diarahkan kepada Tujuan Nasional*, (FH Undip, 1982), hal.2.

¹³ *Ibid*, hal.7.

- diperlukan dalam kegiatan bisnis, tetapi satu pihak menganggap bahwa dalam kegiatan berbisnis tidak perlu beretika.
- b. Islam telah menentukan nilai-nilai etika bisnis yang bertujuan untuk memberikan perlindungan kepada konsumen dengan cara beretika, tidak boleh bersumpah palsu, tidak boleh mengurangi takaran/timbangan, tidak boleh menjual barang yang cacat, menghindari riba dan mengeluarkan zakat sebagai pembersih harta.
 - c. Ketentuan-ketentuan dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen yang telah tersentuh oleh etika bisnis Islam adalah larangan jual beli barang atau jasa yang haram, larangan riba dan keharusan mengeluarkan zakat.
 - d. Usaha penegakan etika bisnis Islam diperlukan berbagai langkah, diantaranya ; pembuatan peraturan yang baik yang ditunjang oleh sarana dan fasilitas, mental/moral manusia sebagai pelaku hukum baik para penegak hukum maupun masyarakat itu sendiri dan dukungan dari luar hukum yang berupa kemauan politik dari pemerintah untuk menjalankan hukum yang baik.

2. Saran-saran

Sesuai dengan perkembangan zaman dan kesadaran masyarakat untuk membentuk masyarakat madani, maka diperlukan usaha yang sungguh-sungguh dalam rangka menegakkan etika bisnis Islam yang salah satu tujuannya adalah untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Oleh karena itu penulis sarankan hal-hal sebagai berikut:

- a. Perlu segera dibuat peraturan yang berkaitan dengan etika berbisnis dan sanksinya sekaligus, serta tata cara menyelesaikan masalah bagi pihak-pihak yang melanggar etika bisnis.
- b. Perlu dibentuk lembaga perlindungan/pengaduan konsumen untuk memberikan informasi mengenai hak-hak konsumen dan membantu informasi mengenai hak-hak konsumen dan membantu masyarakat dalam menyampaikan pengaduan jika merasa dirugikan oleh pelaku bisnis.
- c. Etika bisnis Islam hendaklah menjiwai seluruh peraturan perundang-undangan, khususnya yang berkaitan dengan perekonomian dan perdagangan.
- d. Hendaklah semua lapisan masyarakat, baik para penegak hukum, pemerintah maupun masyarakat itu sendiri mendukung semua ketentuan yang sudah ada demi jalannya hukum secara baik dan benar.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Zainuddin, 2006, *Hukum Perdata Islam di Indonesia*, Sinar Grafika, Jakarta.
Anonim, 1971, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Depag RI, Jakarta.
- Bashir, Ahmad Azhar, 1992, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam dalam Berbagai Aspek Ekonomi Islam*, FE UII Bekerjasama dengan Tiara Wacana, Yogyakarta.
- Keraf, Sony dan Robert Haryonolmam, 1995, *Etika Bisnis Membangun Citra Bisnis Sebagai Profesi Luhur*, Pustaka Filsafat, Yogyakarta.
- Labib, MZ, 2006, *Etika Bisnis dalam Islam*, Bintang Usaha Jaya, Surabaya.
- Lubis, Suhrawardi K, 2000, *Hukum Ekonomi Islam*, Sinar Grafika, Jakarta.
- Mahmoedin, ES, 1994, *Etika Bisnis Perbankan*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta.
- Manan, Abdul, 1995, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, Dana Bakti Wakaf. Yogyakarta.
- Mardiono, Hartono, 2000, *Menjalankan Syari 'at Islam dalam Bermuamalah yang Sah Menurut Hukum Nasional*, Studia Press, Jakarta.
- Pasaribu, Chairuman, dkk.,1994, *Hukum Perjanjian dalam Islam*, Sinar Grafika, Jakarta.
- Raharjo, Satjipto, 1982, *Pembangunan Hukum yang Diarahkan kepada Tujuan Nasional*, FH Undip, Semarang.
- Saefullah, E., 1998, *Product Liability Tanggung Jawab Produsen di Era Perdagangan Bebas*, Jurnal Hukum Bisnis, Volume 5,
- Sri Imaniyati, Neni, 2002, *Hukum Ekonomi dan Ekonomi Islam dalam Perkembangan*, Mandar Maju, Bandung.
- Suhendi, Hendi, 2002, *Fiqih Mu 'amalah*. Raja Grafindi Persada, Jakarta.
- Wilson, Rodney, 1988, *Bisnis Menurut Islam Teori dan Praktek* Intermasa. Jakarta.
- Ya'cub, Hamzah, 1996, *Etika Islam : Pembinaan Akhlaqul Karimah (Suatu Pengantar)*, CV. Diponegoro, Bandung.