

PERLINDUNGAN HAK KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM DAN UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN NOMOR 8 TAHUN 1999

Amanda Tikha Santriati

Sekolah Tinggi Agama Islam Nahdlatul Ulama' Madiun
amandatikha@gmail.com

Dwi Runjani Juwita

Sekolah Tinggi Agama Islam Nahdlatul Ulama' Madiun
dwi.runjani@gmail.com

Abstrak

Di dalam hukum Islam prinsip-prinsip perlindungan hak konsumen sudah ada sejak Nabi Muhammad SAW belum diangkat menjadi Rasul. di Indonesia ada undang-undang khusus yang mengatur masalah perlindungan konsumen, yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Penulis tertarik mengkaji masalah “Perlindungan Hak Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam dan UU Nomor 8 Tahun 1999” karena mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam. Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana perlindungan hak konsumen menurut hukum Islam dan UU Nomor 8 Tahun 1999. Setelah melakukan penelitian dengan menggunakan tiga pendekatan, yaitu 1) pendekatan konseptual, 2) Pendekatan perundang- undangan, dan 3) pendekatan perbandingan, dan enam kerangka teori, yaitu teori maqashid al- syari'ah, mashlahah, perlindungan hukum, perbandingan hukum, utilitarianisme, dan tanggung jawab sosial. Pemberlakuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), merupakan representasi tanggung jawab negara dalam memberikan perlindungan terhadap konsumen, pelaku usaha, dan pihak-pihak lain yang terkait. Adanya nilai-nilai dan prinsip-prinsip perlindungan konsumen dalam Islam, yang secara normatif harus diterapkan oleh umat Islam Spesifikasi penelitian ini bersifat deskriptif dan jenis penelitiannya yuridis normatif, dengan menggunakan metode pendekatan perundang- undangan (statue approach). Data diperoleh melalui penelitian kepustakaan dengan menggunakan metode pengumpulan data studi dokumen. Data yang digunakan adalah data sekunder bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier. Data hasil penelitian dianalisis dengan menggunakan metode kualitatif.

Kata kunci : Perlindungan Hak Konsumen, Hukum Islam, UUPK

A. Pendahuluan

Secara historis, sejarah perlindungan konsumen dalam Islam sudah dimulai sejak Nabi Muhammad SAW belum diangkat menjadi Rasul, beliau membawa barang dagangan Khadijah binti Khuwailid dengan mendapatkan imbalan atau upah.¹ Sekalipun tidak banyak literatur yang berbicara tentang aspek perlindungan konsumen ketika itu, namun prinsip-prinsip perlindungan konsumen dapat ditemukan dari praktik-praktek bisnis yang dilakukan oleh Rasulullah SAW. Kejujuran, keadilan dan integritas Rasulullah tidak diragukan lagi oleh penduduk Mekkah, sehingga potensi tersebut meningkatkan reputasi dan kemampuannya dalam berbisnis.²

Setelah Muhammad SAW diangkat menjadi Rasul, konsumen mendapatkan perhatian yang cukup besar dalam ajaran Islam, baik dalam Al-Qur'an maupun Hadits. Bisnis yang adil dan jujur menurut Al-Qur'an adalah bisnis yang tidak menzalimi dan tidak pula dizalimi. Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Baqarah ayat (279).

Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu, kamu tidak menganiaya dan tidak pula dianiaya. (QS Al-Baqarah ayat 279).

Sepintas ayat ini memang berbicara tentang riba, tetapi secara implisit mengandung pesan-pesan perlindungan konsumen. Di akhir ayat disebutkan tidak menganiaya dan tidak dianiaya (tidak menzalimi dan tidak pula dizalimi). Dalam konteks bisnis, potongan pada akhir ayat tersebut mengandung perintah bagaimana adanya perlindungan konsumen, bahwa antara pelaku usaha dan konsumen dilarang untuk saling menzalimi atau merugikan satu dengan yang lainnya. Hal ini berkaitan dengan hak konsumen dan juga hak pelaku usaha (produsen). Konsep bisnis dalam Islam harus dilandasi oleh nilai-nilai dan etika yang menjunjung tinggi kejujuran dan keadilan.³

¹ Mahdi Rizqullah Ahmad, Biografi Rasulullah, Se- buah studi Analisis Berdasarkan Sumber-sumber Autentik, Jakarta, Qisthi Press, 2009, Hlm. 152

² Jusmaliani, dkk, Bisnis berbasis syariah, Jakarta, Bumi Aksara, 2008, Hlm. 49

³ Zulham, Hukum perlindungan konsumen, Jakarta, kencana, 2013, Hlm. 41

Setelah Rasulullah SAW hijrah dari Mekkah ke Madinah, beliau sebagai pemimpin agama dan sekaligus sebagai pemimpin negara, praktik bisnis yang tidak adil dan mengarah pada kezaliman dilarang dan dihapuskan. Seperti penahanan stok, spekulasi, kolusi oligarki, pembatalan informasi penting tentang produk, penjualan dengan sumpah palsu, atau informasi yang menyesatkan.⁴ Praktek-praktek dalam berbisnis yang dilarang oleh Rasulullah ketika beliau memerintah di Madinah antara lain :

1. *Talaqqi Rukban*, adalah mencegat pedagang yang membawa barang dari tempat produksi sebelum sampai ke pasar.⁵ Rasulullah SAW bersabda :

*“Jangan kamu mencegat para pedagang ditengah jalan. Pemilik barang berhak memilih setelah sampai pasar, apakah ia menjual kepada mereka yang mencegat atau kepada orang yang ada di pasar”.*⁶ (*Muttafakun alaih*)

2. Melipat gandakan harga, menurut Imam Ghazali, dilarang melipat gandakan harga dari kebiasaan yang berlaku.⁷
3. Bai’al-gharar, bisnis yang mengandung unsur penipuan karena tidak adanya kepastian.⁸
4. Gisyah, adalah menyembunyikan cacat barang yang dijual, bisa juga dengan mencampur produk cacat kedalam produk yang berkualitas baik.⁹
5. Bisnis Najasy, adalah peraktik berbisnis di mana seseorang berpura-pura sebagai pembeli yang menawar dengan tawaran tinggi yang disertai dengan pujiann kualitas secara tidak wajar, dengan tujuan untuk menaikkan harga barang.¹⁰
6. Produk haram, adalah memperdagangkan barang-barang yang telah dilarang dan diharamkan oleh Al-Qur'an dan Sunnah.¹¹
7. Riba, adalah pengambilan tambahan dalam transaksi bisnis.¹²

⁴ Ibid, Hlm. 42-43

⁵ Yusuf Qardhawi, Norma Dan Etika Ekonomi Is- lam, Penerjemah Zainal Arifin dan Dahlia Husin, Jakarta, Gema Insani Press, 1997, Hlm. 180

⁶ Dari Ibnu Abbas dan Abu Hurairah dan Anas

⁷ Ibid, Hlm. 181

⁸ M. Ali Hasan, Berbagai Macam Transaksi dalam Is-lam (Fiqh Muamalat), Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, Hlm. 147

⁹ Zulham, *Op Cit*, Hlm. 43

¹⁰ Rasulullah bersabda “*Jangan lah kamu sekalian melakukan penawaran barang tanpa bermaksud untuk membeli*”.(HR. At-Tirmidzi)

¹¹ QS Al-Baqarah (2) : 173, 219, QS Al-Maidah (5) : 3, QS Al-An’am (6) : 145, An-Nahal (16) : 115.

¹² QS Al-Baqarah (2) : 275, 276, 278, 279, QS Al-

8. Tathfif, adalah mengurangi timbanganatau takaran barang yang akan dijual.¹³

Dari praktik-praktik bisnis yang dilarang tersebut dapat ditarik keesimpulan, bahwa prinsip bisnis yang diajarkan oleh Rasulullah SAW mengandung nilai-nilai perlindungan terhadap hak konsumen, sekalipun pada saat itu belum mengenal terminologi konsumen. Karena itu, kejujuran, keadilan dan transparansi merupakan pondasi yang diajarkan ajaran Islam dalam berbisnis. Uraian di atas juga membuktikan, bahwa sebelum bangsa Barat dan dunia modern mengenal perlindungan konsumen, Islam telah mengimplementasikan nilai-nilai dan prinsip-prinsip perlindungan konsumen tersebut dalam tataran praktis.

Di Indonesia, untuk menjamin dan melindungi kepentingan konsumen atas produk barang dan/atau jasa yang dibeli, pada tanggal 20 April 1999 Pemerintah Republik Indonesia memberlakukan Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang dimuat dalam Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821. Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini berlaku efektif pada tanggal 20 April 2000,¹⁴ yang merupakan awal pengakuan perlindungan konsumen secara legitimasi formal yang menjadi sarana dan kekuatan hukum bagi konsumen dan tanggung jawab pelaku usaha sebagai penyedia/pembuat produk bermutu.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini memuat aturan-aturan yang dijadikan sebagai payung hukum bagi peraturan perundang-undangan lain yang menyangkut konsumen, dan sekaligus mengintegrasikannya sehingga dapat memperkuat penegakan hukum di bidang perlindungan konsumen. Perlu diperhatikan, bahwa Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini bukan merupakan awal dan akhir dari hukum yang mengatur tentang perlindungan konsumen, tetapi terbuka kemungkinan terbentuknya undang-undang baru yang pada dasarnya memuat ketentuan-ketentuan yang melindungi konsumen.¹⁵

Penulis tertarik meneliti tentang “Perlindungan Hak Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 “

Imran (3) : 145, QS Ar-Rum (30) : 39

¹³ Al-Muthaffifin (84) : 1-6

¹⁴ Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung, Citra Aditia Bakti, 2010, Hlm. 48

¹⁵ Ibid, Hlm. 51

karena mayoritas konsumen Indonesia beragama Islam dan di zaman sekarang banyak sekali model system penjualan yang mana masyarakat sebagai konsumen harus mengerti hak dan kewajiban sebagai produsen maupun konsumen, oleh karena itu penulis ingin mengkaji apakah UUPK sesuai dengan hukum Islam atau tidak. Selain itu, penulis ingin membuktikan bahwa konsep-konsep perlindungan konsumen dalam *fiqh* memiliki tingkat outentisitas yang teruji secara akademis dan ilmiah.

B. Kajian Teori

1) Landasan Hukum Perlindungan Hak Konsumen

a. Landasan Hukum Perlindungan Hak Konsumen Dalam Hukum Islam

Sumber hukum dalam Islam yang telah disepakati oleh para fuqaha ada 4, yaitu berdasarkan Al-Qur'an, Sunnah, Ijma', dan Qiyas. Sumber-sumber hukum ini dijadikan sebagai acuan dalam pengambilan hukum perlindungan konsumen dalam Islam. Al-Qur'an merupakan sumber hukum pertama (sumber primer) dalam ajaran Islam. Sunnah adalah sumber hukum kedua (sumber sekunder) setelah Al-quran, dan dapat dijadikan sumber hukum pertama (sumber primer) apabila tidak ditemukan penjelasan atas suatu masalah di dalam Al-Qur'an.

Adapun *ijma'* adalah kesepakatan semuamujtahid dari kalangan umat Islam pada suatu masa, setelah wafatnya Rasulullah SAW atas suatu hukum *syara'* mengenai suatu kejadian maupun kasus.¹⁶ *Ijma'* hanya ditetapkan setelah wafatnya Rasulullah SAW dan hanya dapat dijadikan sebagai sumber hukum apabila tidak ditemukan penjelasan atau norma-norma hukum di dalam Al-Qur'an maupun sunnah menge nai suatu masalah atau kasus. Sedangkan *qiyas* adalah menghubungkan suatu kejadian yang tidak ada *nash*-nya kepada kejadian yang ada *nash*-nya, dalam hukum yang telah ditetapkan oleh *nash*.¹⁷ *Qiyas* ini merupakan metode dalam pengambilan hukum yang didasarkan pada *illat-illat* hukum yang terkandung di dalamnya.

¹⁶ Mukhtar Yahya dan Fatchurrahman, Dasar-dasar Pembinaan Hukum Fiqh Islam, Bandung, Alma'arif, 1986, Hlm. 58-59

¹⁷ Ibid, Hal 66

b. Landasan Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia

Di Indonesia yang menjadi sumber hukum perlindungan konsumen adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang selanjutnya disingkat UUPK. Undang-undang ini diundangkan pada tanggal 20 April 1999 dan dinyatakan berlaku efektif pada tanggal 20 April 2000.¹⁸ UUPK bukanlah satu-satunya UU yang mengatur tentang perlindungan konsumen, tetapi sebagaimana disebutkan dalam penjelasan umumnya bahwa sebelum UUPK disahkan sebagai undang-undang perlindungan konsumen telah ada 20 UU yang materinya memuat perlindungan konsumen sehingga UUPK dijadikan sebagai payung hukum bagi peraturan perundang-undangan lain yang menyangkut konsumen, dan sekaligus mengintegrasikannya sehingga dapat memperkuat penegakan hukum di bidang perlindungan konsumen. UUPK bukan merupakan awal dan akhir dari hukum yang mengatur tentang perlindungan konsumen, tetapi terbuka kemungkinan terbentuknya undang-undang baru yang pada dasarnya memuat ketentuan-ketentuan yang melindungi konsumen.¹⁹

2) Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

a. Asas Perlindungan Konsumen Dalam Hukum Islam dan UUPK

Untuk melindungi kepentingan para pihak di dalam lalu lintas perdagangan/berbisnis, hukum Islam menetapkan beberapa asas yang dijadikan sebagai pedoman dalam melakukan transaksi, yaitu *at-tauhid, istiklaf, al-ihsan, al-amana, ash-shiddiq, al-adl, al-khiyar, at-ta'wun*, keamanan dan keselamatan, dan *at-taradhin*. Di dalam UUPK asas perlindungan konsumen dia- tur pada Pasal 2 yang menyebutkan bahwa “Perlindungan hak konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum”.

Asas pokok atau pondasi dari seluruh kegiatan bisnis di dalam hukum Islam di-tempatkan pada asas tertinggi, yaitu *tauhid* (mengesakan Allah SWT).²⁰ Dari asas ini

¹⁸ Janus Sidabalok, Op Cit, Hlm. 48

¹⁹ Penjelasan umum UUPK

²⁰ Yusuf Qardhawi, Op Cit, Hlm. 31

kemudian lahir asas *istikhlaf*, yang menyatakan bahwa apa yang dimiliki oleh manusia hakekatnya adalah titipan dari Allah SWT, manusia hanyalah sebagai pemegang amanah yang diberikan kepadanya.²¹ Dari asas *tauhid* juga melahirkan asas *al-ihsan* (*benevolence*), artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain tanpa ada kewajiban tertentu yang mengharuskannya untuk melaksanakan perbuatan tersebut.²²

Dari ketiga asas di atas melahirkan asas *al-amah*, *ash-shiddiq*, *al-adl*, *al-khiyar*, *at-ta'wun*, keamanan dan keselamatan, dan *at-taradhin*. Menurut asas *al-amah* setiap pelaku usaha adalah pengembangan *amanah* untuk masa depan dunia dengan segala isinya (*khilaf fi al-ardhi*), oleh karena itu apapun yang dilakukannya akan dipertanggung jawabkan di hadapan manusia dan di hadapan sang pencipta (Allah SWT).²³ *Ash- shiddiq* adalah prilaku jujur, yang paling utama di dalam berbisnis adalah kejujuran.

Al'adl adalah keadilan, keseimbangan, dan kesetaraan yang menggambarkan dimensi horizontal dan berhubungan dengan harmonisasi segala sesuatu di alam semesta ini. *Al khiyar* adalah hak untuk memilih dalam transaksi bisnis, hukum Islam menetapkan asas ini untuk menjaga terjadinya perselisihan antara pelaku usaha dengan konsumen. *Ta'awun* adalah tolong menolong , *ta'awun* memiliki arti yang sangat penting dalam kehidupan ini karena tidak ada satupun manusia yang tidak membutuhkan bantuan dari orang lain, sehingga tolong menolong antara sesama manusia merupakan keniscayaan, terutama dalam upaya meningkatkan kebaikan dan ketakwaan kepada Allah SWT. Untuk itu, dalam hubungannya dengan transaksi antara konsumen dan produsen asas ini harus dijawai oleh kedua belah pihak.²⁴

Asas Keamanan dan Keselamatan, dalam hukum Islam ada lima hal yang wajib dijaga dan dipelihara (*al-dharuriyyat al- khamsah*), yaitu:

- 1) memeliharaan agama (*hifdh al-din*),
- 2) memelihara jiwa (*hifdh al-nafs*),

²¹ Ibid, Hlm. 40-41

²² Faisal Badroen et all, *Etika bisnis Dalam Islam*, Ja-karta, Kencana, 2007, Hlm. 102-103

²³ Hasan Aedi, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*, Bandung, Alfabetika, 2011, Hlm. 59

²⁴ <http://jurnalanajmu.wordpress.com/2007/11/15/prinsip-prinsip-hukum-islam-dalam-tanggung-jawab-pelaku-usaha/>
Diakses Tanggal 2 September 2022

- 3) memelihara akal (*hifdh al-aql*),
- 4) memelihara keturunan (*hifdh nasl*), dan memelihara harta (*hifdh al-maal*).²⁵

Asas *at-taradhi* (kerelaan). Salah satu syarat sahnya jual beli di dalam Islam adalah *aqad* atau transaksi. *Aqad* atau transaksi tidak pernah akan terjadi kecuali dengan *shighat (ijab-qabul)*, yaitu segala hal yang menunjukkan kerelaan atau kesepakatan kedua belah pihak (penjual dan pembeli).

Dari pembahasan di atas dapat diuraikan bahwa asas-asas perlindungan konsumen dalam hukum Islam lebih luas dan komprehensif dari pada asas-asas perlindungan konsumen di dalam UUPK, yang mana di dalam hukum Islam tidak hanya mengatur hubungan horizontal yaitu hubungan pelaku usaha dengan konsumen atau pelaku usaha dengan pelaku usaha lainnya (*hablum minannas*), tetapi hukum Islam juga mengatur hubungan manusia secara vertikal (*hablum minallah*) yaitu hubungan antara manusia (pelaku usaha dan konsumen) dengan Allah SWT selaku pemilik alam semesta ini beserta isinya. Sedangkan UUPK hanya mengatur hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen saja sebagaimana diatur pada Pasal 2.²⁶

b. Tujuan Perlindungan Konsumen Dalam Hukum Islam Dan UUPK

Tujuan perlindungan konsumen dalam hukum Islam adalah untuk mewujudkan *mashlahah* (kemaslahatan) bagi umat manusia. Sedangkan tujuan perlindungan konsumen di dalam UUPK sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 adalah :

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif, pemakaian barang dan/atau jasa;
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi, serta akses untuk mendapatkan

²⁵ http://www.academia.edu/7342171/Makalah_Tanggung_Jawab_Sosial_Perusahaan_Dalam_Mewujudkan_Kesejahteraan_Sosial Diakses Tanggal 8 November 2022

²⁶ Pasal 2 "Perlindungan konsumen berdasarkan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum".

- informasi;
5. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
 6. Meningkatkan kualitas barang dan atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produk barang dan atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Jika memperhatikan tujuan perlindungan konsumen yang terdapat pada Pasal 3 UUPK tersebut di atas sesuai dengan hukum Islam dan *maqashid al-syari'ah* (tujuan disyariatkannya hukum) yaitu untuk kemaslahatan bagi manusia.

C. PEMBAHASAN

a. Hak-Hak Konsumen Dalam Hukum Islam Dan UUPK

Menurut hukum Islam ada enam hak konsumen yang membutuhkan perhatian serius dari pelaku usaha, yaitu;²⁷

1. Hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jujur, adil, dan terhindar dari pemalsuan
2. Hak untuk mendapatkan keamanan produk dan lingkungan sehat
3. Hak untuk mendapatkan advokasi dan penyelesaian sengketa
4. Hak untuk mendapatkan perlindungan dari penyalahgunaan keadaan
5. Hak untuk mendapatkan ganti rugi akibat negatif dari suatu produk
6. Hak untuk memilih dan memperoleh nilai tukar yang wajar

Dalam Islam, kerugian atau bahaya fisik yang diderita oleh konsumen karena cacat produk atau penipuan adalah perbuatan yang tidak dibenarkan, oleh karena itu pelaku usaha/produsen harus bertanggung jawab atas perbuatannya itu. Tanggung jawab jika dihubungkan dengan penyebabannya ganti rugi (*dhaman*) dapat dibedakan menjadi lima, yaitu :²⁸

1. Ganti Rugi Karena Perusakan (*Dhaman Itlaf*)
2. Ganti Rugi Karena Transaksi (*Dha-man 'Aqdin*)
3. Ganti Rugi Karena Perbuatan (*Dha-man Wadh'u Yadin*)
4. Ganti Rugi Karena Penahanan (*Dhaman al-Hailulah*)
5. Ganti Rugi Karena Tipu daya (*Dha- man al-Maghruur*)

²⁷ Muhammad & Alimin, *Etika & Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta, BPFE, 2004, Hlm. 195-234

²⁸ *Ibid*, Hlm. 235-239

Dhaman Itlaf adalah ganti rugi akibat dari perusakan barang. Ganti rugi *itlaf* tidak hanya berhubungan dengan kerusakan harta benda saja, tetapi juga menyangkut jiwa dan anggota tubuh manusia. *Dhaman 'aqdin* adalah terjadinya suatu *aqad* atau transaksi sebagai penyebab adanya ganti rugi atau tanggung jawab. Ganti rugi *wadh'uyadin* adalah ganti rugi akibat dari kerusakan barang yang masih berada di tangan penjual apabila barang belum diserahkan dalam sebuah *aqad* yang sah dan ganti rugi karena perbuatan mengambil harta orang lain tanpa izin. *Dhaman al-hailulah* adalah ganti rugi pada jasa penitipan barang (*al-wadi*) jika terjadi kerusakan atau hilang, baik kerusakan atau hilangnya itu disebabkan karena kelalaian atau kesengajaan orang yang dititipi. *Dhaman al-maghrur* adalah ganti rugi akibat tipu daya. *Dhaman al-maghrur* sangat efektif diterapkan dalam perlindungan konsumen, karena segala bentuk perbuatan yang dapat merugikan orang lain pelakunya harus membayar ganti rugi sebagai akibat dari perbuatannya itu.

Salah satu hak konsumen dalam Islam adalah hak untuk memilih yang dikenal dengan istilah *khiyar*. Melalui hak *khiyarini*, Islam memberikan ruang yang cukup luas bagi konsumen dan produsen untuk mempertahankan hak-hak mereka dalam perdagangan apakah melanjutkan *aqad/transaksi bisnis* atau tidak. Para ulama' membagi hak *khiyar* menjadi tujuh macam yaitu : *khiyar majlis, khiyar syarath, khiyar aibi, khiyar tadlis, khiyar ru'yah, khiyar al-ghabn al-fahisy (khiyar al-murtarsil), dankhiyar ta'yin*

Khiyar majlis, adalah hak untuk memilih melanjutkan atau membatalkan transaksi bisnis selama masih berada dalam satu tempat (majlis).²⁹ *Khiyar syarath* adalah hak untuk memilih melanjutkan atau membatalkan transaksi bisnis sesuai dengan waktu yang disepakati atau syarat yang telah ditetapkan bersama. *Khiyar aibi* adalah hak untuk membatalkan transaksi bisnis apabila obyek transaksi cacat sekalipun tidak ada perjanjian sebelumnya. Cacat yang dapat dijadikan alasan untuk mengembalikan barang adalah cacat yang dapat menyebabkan turunnya harga. *Khiyar tadlis* terjadi jika penjual mengelabui pembeli. Dalam hal ini pembeli memiliki hak *Khiyar* selama tiga hari.³⁰ Di dalam kitab Fiqh Empat Madzhab bagian muamalah Abdurrahman Al-Jaziri

²⁹ Abdurrahman Al-Jaziri, Fiqih Empat Mazdhab Bagian Muamalah II, terjemahan H. Chatibul Umam & Abu Hurairah, Darul Ulum Press, 2001, Hlm. 41

³⁰ Yusuf As-Sabatin, *Bisnis Islam Dan Kritik Atas Praktik Bisnis Ala Kapitalis*, Bogor, Al-Azhar Press, 2009, Hlm.312

menyebut *khiyar* jenis ini dengan istilah “*khiyar al-taghriri al-fi 'liyy* (*khiyar* karena tertipu oleh tindakan penjual).³¹

Khiyar ru 'yah adalah hak pilih untuk melanjutkan atau membatalkan transaksi bisnis yang dilakukan terhadap suatu objek yang belum dilihat pada saat transaksi dilaksanakan.³² Untuk sahnya transaksi jual beli/binis disyaratkan barang dan harganya diketahui dengan jelas oleh penjual dan pembeli. Maka tidak sah menjual atau membeli sesuatu yang tidak jelas, karena hal itu akan mendatangkan perselisihan.³³ *Khiyar al-ghabn al-fahisy* (*khiyar al-murtarsil*) jika penjual dan pembeli merasa ditipu maka ia memiliki hak *khiyar* untuk menarik diri dari transaksi jual beli/binis dan membatalkan transaksi tersebut. *Khiyar* jenis ini pada suatu saat bisa menjadi hak penjual dan pada saat yang lain bisa juga menjadi hak pembeli. *Khiyar Ta'yin* adalah memberikan hak kepada pembeli untuk memilih barang yang dia inginkan dari sejumlah atau kumpulan barang yang dijual kendatipun barang tersebut berbeda harganya, sehingga konsumen dapat menentukan barang yang dia kehendaki.³⁴

Di dalam UUPK Pasal 4 diatur secara eksplisit delapan hak konsumen, yaitu :

- 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, danjujur 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 unduk 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 per-aturan perundang undangan lainnya.

³¹ Abdurrahman Al-Jaziri, Loc Cit, Hlm. 87

³² M. Ali Hasan, Op Cit, Hlm. 139-141

³³ Abdurrahman Al-Jaziri, Op Cit, Hlm. 106

³⁴ Ibid, Hlm. 316

Di dalam penjelasan Pasal 4 Huruf g disebutkan bahwa “Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif berdasarkan suku, agama, budaya, daerah, pendidikan, kaya, miskin, dan status sosial lainnya.” Kaitannya dengan hak untuk mendapatkan kompensasi ganti rugi pada Pasal 4 huruf g dipertegas lagi pada Pasal 19 yang menjelaskan “pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran dan atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.”

Memperhatikan hak-hak konsumen dalam hukum Islam dan UUPK memiliki banyak kesamaan. Namun demikian ada juga perbedaannya, yaitu; hak untuk mendapatkan perlindungan dari penyalahgunaan keadaan. Hak ini tidak diatur dalam UUPK. Selain itu, hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan, hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen, hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif. Hak-hak ini tidak diatur secara eksplisit dalam hukum Islam, tetapi jika dilihat dari *maqashid al-syari'ah* (tujuan disyariatkannya hukum), maka semua hak konsumen yang diatur di dalam UUPK sesuai dengan hukum Islam, karena semua hak-hak itu prinsipnya untuk kebaikan konsumen.

b. Kewajiban Konsumen Dalam Hukum Islam Dan UUPK

Dalam hukum Islam kewajiban-kewajiban konsumen tidak dijelaskan secara spesifik, namun demikian sebagai bentuk keseimbangan dan keadilan penulis dapat menjelaskannya sebagai berikut:³⁵

1. *Beritikad baik dalam melakukan transaksi barang dan/atau jasa;*
- 2) *Mencari informasi dalam berbagai aspek dari suatu barang dan/atau jasa yang akan dibeli atau digunakan;*
- 3) *Membayar sesuai dengan harga atau nilai yang telah disepakati dan dilandasi rasa saling rela merelakan (taradhin), yang terealisasi dengan adanya ijab dan qabul (sighah);*
- 4) *Mengikuti prosedur penyelesaian sengketa yang terkait dengan perlindungan*

³⁵ M. Yusri, Kajian Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam, Dikutip dari <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/jphi/article/view/1302/1395> Diakses Tanggal 14 Desember 2022

konsumen.

UUPK selain memberikan hak kepada konsumen, konsumen juga dibebani dengan kewajiban-kewajiban yang harus dipenuhi sebagaimana diatur pada Pasal 5, yaitu :

1. *Membaca dan mengikuti informasi dan prosedur pemakaian atau pemeli-haraan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan,*
2. *Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa,*
3. *Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.*
4. *Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.*

Kewajiban-kewajiban konsumen seperti yang diatur pada Pasal 5 tidak dijelaskan secara spesifik dalam hukum Islam, tetapi bila melihat tujuan pengaturan itu untuk kemaslahatan konsumen dan pelaku usaha, maka pengaturan itu sesuai dengan hukum Islam dan *maqashid al-syari'ah*, yaitu untuk mewujudkan *mashlahah* (kebaikan).

c. Perbuatan Yang Dilarang Bagi Pelaku Usaha Dalam Hukum Islam dan UUPK

Untuk menjaga keseimbangan dan memberikan keadilan kepada para pelaku bisnis dalam melakukan transaksi Islam melarang beberapa bentuk transaksi dan sangat dibenci oleh Rasulullah SAW, yaitu :

1. *Talaqqi rukban*

Talaqqi rukban, adalah mencegat pedagang yang membawa barang dari tempat produksi sebelum sampai ke pasar.³⁶ Rasulullah SAW melarang praktik perdagangan seperti ini dengan tujuan untuk menghindari ketidak tahuhan penjual dari daerah pedesaan mengenai harga barang yang berlaku di kota. Rasulullah SAW memerintahkan agar suplay barang dibawa langsung ke pasar, sehingga penjual dan pembeli dapat mengambil manfaat dari adanya harga yang alamiah. Mencegah masuknya pedagang ke pasar kota dapat menimbulkan pasar yang tidak kompetitif,³⁷ oleh sebab itu Rasulullah SAW melarangnya dengan sabdanya :

³⁶ Yusuf Qardhawi, Op Cit, Hlm. 180

³⁷ Jusmaliani, Op Cit, Hlm. 58-59

*“Jangan kamu mencegat para pedagang ditengah jalan. Pemilik barang berhak memilih setelah sampai pasar, apakah ia menjual kepada mereka yang mencegat atau kepada orang yang ada di pasar”.*³⁸(*Muttafakun alaih*)

Menurut Imam Ghazali, larangan ini menunjukkan bahwa para pembeli dan penjual tidak boleh menyembunyikan harga pasar. Selanjutnya beliau mengatakan, tidak boleh mengambil kesempatan di kala pemilik barang lengah dan tidak mengetahui harga yang sebenarnya. Kalau kita melakukan hal itu, niscaya kita tergolong orang-orang yang zhalim, tidak melaksanakan keadilan dan kejujuran kepada kaum muslimin.³⁹

2. Melipat gandakan harga,

Menurut Imam Ghazali, dilarang melipat gandakan harga dari kebiasaan yang berlaku. Pada dasarnya melipat gandakan harga itu dibolehkan dengan syarat tidak menyembunyikan kebenaran, karena aktivitas bisnis untuk mendapatkan keuntungan. Menurut sebagian ulama, jika kelipatannya itu melebihi dari 1/3 maka hukumnya wajib atau dituntut adanya hak *khiyar* (pilih) melanjutkan transaksi atau sebaliknya membatalkannya.⁴⁰

3. Perdagangan yang menipu (*bai’al gharar*)

Islam sangat menentang segala bentuk penipuan, untuk itu Islam menuntut suatu perdagangan dilakukan dengan jujur, adil dan amanah. Rasulullah SAW bersabda, *“barang siapa yang melakukan penipuan maka dia bukanlah dari golongan kami”*. (HR.At-Tarmidzi). Yang termasuk dalam katagori menipu dalam perdagangan/bisnis adalah :

a) *Gisyah*

Gisyah, adalah menyembunyikan cacat barang yang dijual, bisa juga dengan mencampur produk cacat ke dalam produk yang berkualitas baik, sehingga konsumen mengalami kesulitan untuk mengetahui secara tepat kualitas barang yang diperdagangkan.

b) *Tathfif*

³⁸ Darai Ibnu Abbas dan Abu Hurairah dan Anas

³⁹ Yusuf Qardhawi, Op Cit, Hlm. 180-181

⁴⁰ Ibid

Tathfif, adalah mengurangi timbangan atau takaran barang yang akan dijual.

Salah satu cermin keadilan adalah menyempurnakan timbangan dan takaran.

4. Memperdagangkan barang haram

Produk haram, adalah memperdagangkan barang-barang yang telah dilarang dan diharamkan oleh Al-quran dan Sunnah,⁴¹ seperti jual beli babi, anjing, minuman yang memabukkan dan sesuatu yang memiliki unsur sama (memabukkan), darah, bangkai, dan lain-lain yang dapat membawa kemudaran bagi manusia. Karena hal ini sangat berkaitan dengan keselamatan konsumen, baik keselamatan jasmaniah maupun keselamatan rohaniah.

5. Perdagangan secara riba

Riba, adalah pengambilan tambahan dalam transaksi bisnis, baik dalam bentuk jual beli maupun simpan pinjam secara zalim dan menyimpang dari prinsip mua-malah yang Islami.⁴²

6. Persekongkolan (*bai'al najasy*)

Bai'al najasy, adalah peraktik berbisnis di mana seseorang berpura-pura sebagai pembeli yang menawar dengan tawaran tinggi yang disertai dengan pujian kualitas secara tidak wajar, dengan tujuan untuk menaikkan harga barang.⁴³

7. Penimbunan barang (*ikhtikaar*)

Ikhtikaar adalah upaya penimbunan barang untuk menunggu naiknya atau melonjaknya harga barang. Menurut Asy-Syaukani, "*ikhtikaar*" adalah penimbunan atau penahanan barang dagangan dari pereda-rannya. Menurut Al-Ghazali, "*ikhtikaar*" adalah penyimpanan barang dagangan oleh penjual makanan untuk menunggu melonjaknya harga dan penjualannya ketika harga sudah melonjak.⁴⁴ Islam sangat membenci dan melarang *ikhtikar*, karena *khtikar* dapat merusak tatanan ekonomi masyarakat dan mengandung kemudaran bagi manusia. Dalam hadits Rasulullah SAW bersabda :

⁴¹ QS Al-Baqarah (2) : 173, 219, QS Al-Maidah (5) :3, QS Al-An'am (6) : 145, An-Nahal (16) : 115

⁴² QS Al-Baqarah (2) : 275, 276, 278, 279, QS Al-Imran (3) : 145, QS Ar-Rum (30) : 39

⁴³ Rasulullah bersabda "Janganlah kamu sekalian melakukan penawaran barang tanpa bermaksud untuk membeli".(HR. At-Tarmidzi)

⁴⁴ M. Ali Hasan, *Op Cit*, Hlm. 151

Siapa saja yang melakukan penimbunan barang dengan tujuan merusak harga pasar, sehingga harga naik secara tajam, maka dia telah berbuat salah. (HR. Ibnu Majah)

Para pedagang yang menimbun bahan makanan (keperluan pokok manusia) selama 40 hari, maka ia terlepas dari (hubungan dengan) Allah, dan Allah pun melepas (hubungan dengan) nya. (HR.Ahmad dan Ibnu Majah)

8. Monopoli dan persaingan usaha tidak sehat

Monopoli dalam perdagangan/bisnis merupakan ciri khas ekonomi bebas (*liberal economic*) atau sistem ekonomi kapitalis. Sistem ekonomi ini pada prinsipnya tidak menjamin kebebasan berdagang/berbisnis, tetapi membunuh mekanisme kebebasan pasar. Oleh karena itu, Islam mengutuk praktik perdagangan/bisnis semacam ini. Rasulullah SAW bersabda :

“Barang siapa yang melakukan monopoli, maka ia bersalah (berdosa) ”. (HR. Muslim dan Mu ’ammar bin Abdillah).

Dalam hadis yang lain Imam Muslim meriwayatkan.⁴⁵

Tidak ada orang yang menimbun barang kecuali orang yang durhaka (salah). (HR. Muslim)

Salah satu tujuan UUPK adalah untuk mengangkat harkat dan martabat konsumen. Untuk merealisasikan tujuan ini, hal-hal yang membawa dampak negatif dari pemakaian barang dan/atau jasa harus dihindarkan dari aktivitas perdagangan pelaku usaha. Sebagai upaya menghindari akibat negatif pemakaian barang dan/atau jasa tersebut, maka UUPK mengatur berbagai larangan bagi pelaku usaha pada bab IV dimulai dari Pasal 8 sampai Pasal 17, yang substansinya itikad tidak baik dari pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya.

Pengaturan pada Pasal 8 ayat (1) huruf a sampai f termasuk dalam *bai’al gharar* dengan cara *tathfif* (mengurangi takaran).⁴⁶

Pasal 8 ayat (2) “pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang, rusak,

⁴⁵ Muhammad & Alimin,Op Cit, Hlm. 209-210

⁴⁶ Pasal 8 UUPK

ca- cat atau bekas, dan tercemar tanpa mem-berikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud". Pasal 8 ayat (2) ini sesuai dengan hadits Rasulullah SAW yang diriwayatkan oleh Ahmad dan Tabrani dari Uqbah Rasulullah SWA bersabda :

Orang muslim adalah saudara bagi muslim yang lainnya, maka tidak ha- lal bagi seorang muslim menjual barang cacat kepada saudaranya kecuali diamenjelaskanya. (HR. Ahmad dan Ta-brani)

Pasal 8 ayat (3) "Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar". Pasal 8 ayat (3) ini sejalan dengan hadits yang diriwayatkan oleh Muslim dari Abu Hurai- rah Rasulullah SAW bersabda :

Sesungguhnya Allah itu baik dan tidak menerima kecuali yang baik. (HR. Muslim).⁴⁷

Di dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat :168 Allah SWT berfirman :

Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan, karena sesungguhnya setan itu adalah musuh yang nyata bagimu. (QS. Al-Baqarah ayat : 168).

Sedangkan Pasal 8 ayat (4) adalah *taukid*(penegasan) dari Pasal 8 ayat (1) dan (2) untuk dilaksanakan oleh pelaku usaha, bila telah beredar di pasar palaku usaha harus menariknya dari peredaran. Kalau tidak ditarik dari peredaran, maka menurut penjelasan Pasal 8 ayat (4) "menteri dan menteri teknis berwenang menarik barang dan/atau jasa dari peredaran."

Larangan-larangan yang terdapat pada Pasal 9, 10, 11, 12, 13, 14, dan 16 UUPK substansinya masih sama dengan Pasal 8 UUPK termasuk dalam *bai'al gharar*.⁴⁸ Sedangkan larangan yang terdapat pada Pasal 15 UUPK terkait dengan syarat sahnya *aqad*.⁴⁹ Dalam hukum Islam salah satu syarat sahnya *aqad* adalah tidak ada paksaan (*ikrah*) dan keadaan suka sama suka atau saling rela (*taradhin*). Oleh karena itu, rusaknya kualifikasi ini akan menyebabkan batalnya suatu *aqad*,⁵⁰ Allah SWT secara tegas menjelaskannya di dalam Al-Quran Surat An-Nisa ayat : 29 :

⁴⁷ Yusuf Qardawi, Op Cit, Hlm. 38

⁴⁸ Pasal 9 UUPK

⁴⁹ Pasal 15 UUPK

⁵⁰ Muhammad & Alimin, Op Cit, Hlm. 172

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-sama di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (QS. An-Nisa : 29)

Dan di dalam hadits yang diriwayatkan oleh Ibnu Hibban Rasulullah SAW bersabda :

Jual beli hanya dapat dilakukan atas dasar suka sama suka. (HR. Ibnu Hibban)

Larangan yang terdapat pada Pasal 17 UUPK termasuk dalam *bai'al najisy* (persekongkolan), karena pelaku usaha yang memproduksi suatu barang bekerja sama dengan pelaku usaha periklanan untuk mempromosikan produknya supaya laris terjual dipasar dengan cara memuji dan mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan, harga, dan jaminan terhadap barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.⁵¹

D. Kesimpulan

Hukum Islam dan UUPK sama-sama mengatur masalah perlindungan konsumen untuk menciptakan kemaslahatan, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan serta menjamin kepastian hukum dalam lalu lintas perdagangan. Perbedaannya, hukum Islam lebih menampakkan nilai-nilai religiusitas dengan tidak mengesampingkan nilai-nilai sosial dan kemanusiaan (hubungan vertikal dan horizontal/*hablum minallah wa hablum minan nas*), sedangkan UUPK lebih menampakkan nilai-nilai sosial dan kemanusiaan (hubungan horizontal/*hablum minannas*).

Daftar Pustaka Buku-Buku

Aedi, Hasan, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*, Bandung, Alfabeta, 2011

Al-Jaziri, Abdurrahman, *Fiqih Empat Mazhab Bagian Muamalah II*, terjemahan H. Chatibul Umam & Abu Hurairah, Darul Ulum Press, 2001

Al-Assal, Ahmad Muhammad, & Fathi Ahmad Abdul Karim, *Sistem, Prinsip Dan Tujuan Ekonomi Islam*, Terjemahan H. Imam Saefudin, Bandung, Pustaka Setia, 1999

Ahmad, Mahdi Rizqullah, *Biografi Rasulullah, Sebuah studi Analisis Berdasarkan*

⁵¹ Pasal 17 UUPK

- Sumber-sumber Autentik*, Jakarta, Qisthi Press, 2009
- As-Sabatin, Yusuf, *Bisnis Islam Dan Kritik Atas Praktik Bisnis Ala Kapitalis*, Bogor, Al-Azhar Press, 2009
- Badroen, Faisal, et all, *Etika bisnis Dalam Islam*, Jakarta, Kencana, 2007
- Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 43/ DSN-MUI/VIII/2004 tentang Ganti Rugi (Ta'widh)
- Hasan, M. Ali, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam (Fiqh Muamalat)*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada
- Islahi, A. A., *Konsep Ekonomi Ibnu Taimiyah*, Terjemahan H. Anshari Thayib, Surabaya Bina Ilmu, 1997
- Jusmaliani, dkk, *Bisnis berbasis syariah*, Jakarta, Bumi Aksara, 2008
- Kelibia, Muhammad Umar, *Klausul Baku Di Perbankan Dan Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Studi Klausul Baku Dalam UUPK Dari Tanjauan Hukum Islam*, Tesis Tidak Diterbitkan, Program Pasca Sarjan UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2011
- Muhammad & Alimin, *Etika & Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta, BPFE, 2004
- Muslich, *Bisnis Syari'ah perspektif Mu'amalah dan Manajemen*, Yogyakarta, UPP STIM YKPN
- Naqvi, Syed Nawab Haider, *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*, Terjemahan M. Saiful Anam & MuhammadUfuqul Mubin, Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2003
- Sidabalok, Janus, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung, Citra Aditia Bakti, 2010
- Qardhawi, Yusuf, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*, Penerjemah Zainal Arifin dan Dahlia Husin, Jakarta, Gema Insani Press, 1997
- Yahya, Mukhtar, dan Fatchurrahman, *Dasar-dasar Pembinaan Hukum Fiqh Islam*, Bandung, Alma'arif, 1986
- Zulham, *Hukum perlindungan konsumen*, Jakarta, Kencana, 2013

Internet

<http://jurnalmajmu.wordpress.com/2007/11/15/prinsip-prinsip-hukum-islam-dalam-tanggung-jawab-pelaku-usaha/> Diakses Tanggal 2 September 2022

http://www.academia.edu/7342171/Makalah_Tanggung_Jawab_Sosial_Perusahaan_Dalam_Mewujudkan_Kesejahteraan_Sosial Diakses Tanggal 8 November 2022

[http://ejournal.umm.ac.id/index.php/jphi/article/ view/1302/1395](http://ejournal.umm.ac.id/index.php/jphi/article/view/1302/1395) Diakses Tanggal 14 Desember 2022

Undang-Undang

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen