

**RESPON KONSUMEN INDOMARET TERHADAP KLAUSULA BAKU PRODUK
PROMO DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999
TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN MASLAHAH MURSALAH**

(Studi di Desa Gampingan Kecamatan Pagak Malang)

SKRIPSI

**Oleh :
Muyassaroh
13220174**



JURUSAN HUKUM BISNIS SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2017

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan kesadaran dan rasa tanggung jawab terhadap pengembangan keilmuan, penulis menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**RESPON KONSUMEN INDOMARET TERHADAP KLAUSULA BAKU
PRODUK PROMO DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NOMOR 8
TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN
MASLAHAH MURSALAH
(Studi di Desa Gampingan Kecamatan Pagak Malang)**

Benar-benar merupakan karya ilmiah yang disusun sendiri, bukan duplikat atau memindah data milik orang lain, kecuali yang disebutkan referensinya secara benar. Jika dikemudian hari terbukti disusun oleh orang lain, ada penjiplakan, duplikasi, atau memindah data orang lain, baik secara keseluruhan atau sebagian, maka skripsi dan gelar sarjana yang diperoleh karenanya secara otomatis dibatalkan demi hukum.

Malang, 30 Maret 2017
Penulis,



Muyassaroh
NIM 13220174

HALAMAN PERSETUJUAN

Setelah membaca dan mengoreksi skripsi saudara Muyassaroh NIM: 13220174
Jurusan Hukum Bisnis Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri
Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul:

**RESPON KONSUMEN INDOMARET TERHADAP KLAUSULA BAKU
PRODUK PROMO DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NOMOR 8
TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN
MASLAHAH MURSALAH
(Studi di Desa Gampingan Kecamatan Pagak Malang)**

Maka pembimbing menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-
syarat ilmiah untuk diajukan dan diuji pada Majelis Dewan Penguji.

Malang, 30 Maret 2017

Mengetahui,
Ketua Jurusan
Hukum Bisnis Syariah

Dosen Pembimbing,



Dr. Mohamad Nur Yasin, S.H. M.Ag
NIP. 19691024199503 1 003

Iffaty Nasri'ah, M.H.
NIP. 19760608 200901 2 007

BUKTI KONSULTASI

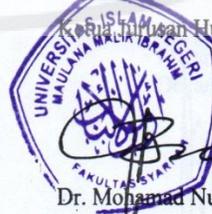
Nama : Muyassaroh
 NIM : 13220174
 Jurusan : Hukum Bisnis Syariah
 Pembimbing : Iffaty Nasyi'ah, M.H
 Judul Skripsi : Respon Konsumen Indomaret Terhadap Klausula Baku Produk
 Promo Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999
 Tentang Perlindungan Konsumen dan *Maslahah Mursalah* (Studi
 di Desa Gampingan Kecamatan Pagak Malang)

NO	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf
1	Rabu, 15 Maret 2017	Proposal Skripsi	
2	Senin, 20 Maret 2017	BAB I, II, dan III	
3	Rabu, 22 Maret 2017	Revisi BAB I, II, III	
4	Jum'at, 24 Maret 2017	BAB IV dan V	
5	Senin, 27 Maret 2017	Revisi BAB IV dan V	
6	Rabu, 29 Maret 2017	Abstrak	
7	Kamis, 30 Maret 2017	ACC BAB I, II, III, IV, V	

Malang, 30 maret 2017

Mengetahui a.n. Dekan

Kebudayaan Hukum Bisnis Syariah



Dr. Mohamad Nur Yasin, S.H., M.Ag

NIP 196910241995031003

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dewan penguji skripsi saudara Muyassaroh, NIM 13220174, mahasiswa Jurusan Hukum Bisnis Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

**RESPON KONSUMEN INDOMARET TERHADAP KLAUSULA BAKU PRODUK PROMO DITINJAU DARI UU NO 08 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN MASLAHAH MURSALAH
(Studi di Desa Gampingan Kecamatan Pagak Malang)**

Telah dinyatakan lulus dengan nilai A

Dewan Penguji :

1. Dra. Jundiani, SH., M. Hum

NIP. 19650904 199903 2 001



Ketua

2. Iffaty Nasyi'ah, M.H

NIP. 19760608 200901 2 007



Sekretaris

3. Dr. Noer Yasin, M. HI

NIP. 19611118 200003 1 001



Penguji Utama

Malang, 13 April 2017



Dr. H. Roibin, M.HI.
NIP. 19631218 199903 1 002

Motto

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ

بِتِجَارَةٍ عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ

“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 diantara kamu”. [QS. An Nisa : 29].

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamd li Allâhi Rabb al-‘Âlamîn, lâ Hawl walâ Quwwat illâ bi Allâh al-‘Âliyy al-‘Âdhîm, dengan hanya rahmat-Mu serta hidayah-Nya dalam penulisan skripsi yang berjudul **“RESPON KONSUMEN INDOMARET TERHADAP KLAUSULA BAKU PRODUK PROMO DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN MASLAHAH MURSALAH (Studi di Desa Gampingan Kecamatan Pagak Malang)”** dapat diselesaikan dengan curahan kasih sayang-Nya, kedamaian dan ketenangan jiwa. Shalawat dan salam selalu kita haturkan kepada baginda kita, yakni Nabi Muhammad SAW yang telah mengajarkan serta membimbing kita dari alam kegelapan menuju alam terang benderang dengan adanya Islam. Semoga kita tergolong orang-orang yang beriman dan mendapatkan syafaat dari beliau di hari akhir kelak. Aamiin

Dengan segala daya dan upaya serta bantuan, bimbingan maupun pengarahan dan hasil diskusi dari berbagai pihak dalam proses penulisan skripsi ini, maka dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tiada batas kepada:

1. Prof. Dr. H. Mudjia Rahardjo, M.Si., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. H. Roibin, M.HI., selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Dr. H. Mohamad Nur Yasin, S.H., M. Ag. selaku Ketua Jurusan Hukum Bisnis Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

4. Majelis penguji : Dra. Jundiani, SH., M. Hum (Ketua Penguji), Iffaty Nasyi'ah, M.H (Sekretaris), Dr. Noer Yasin, M. HI (Penguji Utama), *Jazakallahu Khairan Katsiir* peneliti haturkan atas waktu yang telah di berikan untuk memberikan arahan kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sempurna
5. Alm. H. Alamul Huda, MA selaku dosen pembimbing penulis skripsi. Penulis haturkan *Syukron Katsiron* atas waktu yang telah beliau berikan kepada penulis untuk memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi dalam rangka penyelesaian penulisan skripsi ini. Semoga amal ibadah beliau diterima disisi Allah SWT, ditempatkan yang terbaik disisiNya dan diampuni segala dosanya. *Aamiin ya rabbal 'alaminn.*
6. Iffaty Nasyi'ah, M.H selaku dosen pembimbing penulis skripsi. Penulis haturkan *Syukron Katsiron* atas waktu yang telah beliau berikan kepada penulis untuk memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi dalam rangka penyelesaian penulisan skripsi ini. Semoga beliau beserta seluruh keluarga besar selalu diberikan rahmat, barokah, limpahan rezeki, dan dimudahkan segala urusan baik di dunia maupun di akhirat.
7. Burhanuddin Susamto, S.Hi. M.Hum selaku dosen wali penulis selama kuliah di Jurusan Hukum Bisnis Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Penulis mengucapkan terima kasih atas bimbingan, saran, motivasi, dan arahan selama penulis menempuh perkuliahan.

8. Segenap dosen Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah menyampaikan pengajaran, mendidik, pembimbing serta mengamalkan ilmunya dengan ikhlas. Semoga Allah SWT memberikan pahalanya yang sepadan kepada beliau semua.
9. Staf serta karyawan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, penulis ucapkan terimakasih atas partisipasinya selama ini, selama ini, selama masa perkuliahan umumnya.
10. Kedua orang tuaku Abi Ma'sum Latifi dan Bunda Rohmah, sebagai orang tua yang telah ikhlas memberikan doa, kasih sayang, dan pengorbanan baik dari segi spiritual dan materiil yang tiada terhingga sehingga ananda bisa mencapai keberhasilan sampai saat ini dan mampu menyongsong masa depan yang baik.
11. Sahabat-sahabat di Fakultas Syariah dan Universitas Islam Negeri Malang, sahabat-sahabat yang telah memberi motivasi, juga orang terdekat saya yang selalu bersedia saya repotkan, terimakasih atas dukungan dan motivasi.
12. Kepada sahabat-sahabati PMII Rayon "Radikal" Al-Faruq Komisariat Sunan Ampel Malang. Yang telah memberikan saya pengalaman dan pengetahuan sangat banyak, baik dalam hal pengetahuan dan organisasi.
13. Spesial kepada penghuni kontrakan 27 pipit, hanit, nunu, cupik, ochie, billah, lilis, chatin, vardah, ula. Yang telah mendukung saya secara penuh, terimakasih atas dukungan dan dorongan semangatnya.

Semoga apa yang telah saya peroleh selama kuliah di Jurusan Hukum Bisnis Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

ini dapat bermanfaat bagi perkembangan peradaban Islam kelak. Dan semoga apa yang penulis tulis ini dapat berguna dan bermanfaat bagi perkembangan keilmuan dimasa yang akan datang. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Malang, 30 Maret 2017
Penulis,

Muyassaroh
NIM 13220174



PEDOMAN TRANSLITERASI

Dalam karya ilmiah ini, terdapat beberapa istilah atau kalimat yang berasal dari bahasa arab, namun ditulis dalam bahasa latin. Adapun penulisannya berdasarkan kaidah berikut¹:

A. Konsonan

ا	= tidak dilambangkan	ض	= dl
ب	= b	ط	= th
ت	= t	ظ	= dh
ث	= ts	ع	= ‘ (koma menghadap keatas)
ج	= j	غ	= gh
ح	= h	ف	= f
خ	= kh	ق	= q
د	= d	ك	= k
ذ	= dz	ل	= l
ر	= r	م	= m
ز	= z	ن	= n
س	= s	و	= w
ش	= sy	ه	= h
ص	= sh	ي	= y

Hamzah (ء) yang sering dilambangkan dengan alif, apabila terletak di awal kata maka dalam transliterasinya mengikuti vokalnya, tidak dilambangkan,

¹Berdasarkan Buku Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Fakultas Syariah. Tim Dosen Fakultas Syariah UIN Maliki Malang, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Malang: Fakultas Syariah UIN Maliki, 2012), h. 73-76.

namun apabila terletak di tengah atau akhir kata, maka dilambangkan dengan tanda koma (‘) untuk mengganti lambang “ع”.

B. Vocal, Panjang dan Difong

Setiap penulisan bahasa Arab dalam bentuk tulisan latin vokal *fathah* ditulis dengan “a”, *kasrah* dengan “i”, *dlommah* dengan “u”. Sedangkan bacaan panjang masing-masing ditulis dengan cara berikut:

Vokal (a) panjang = , misalnya قال menjadi qala

Vokal (i) panjang = , misalnya قيل menjadi qila

Vokal (u) panjang = , misalnya دون menjadi duuna

Khusus untuk bacaan ya’ nisbat, maka tidak boleh digantikan dengan “i” melainkan tetap ditulis dengan “iy” agar dapat menggambarkan ya’ nisbat diakhirnya. Begitu juga dengan suara difong, wawu dan ya’ setelah *fathah* ditulis dengan “aw” dan “ay”. Perhatikan contoh berikut:

Difong (aw) = لو misalnya قول menjadi qawlun

Difong (ay) = بي misalnya خير menjadi khayrun

C. Ta’ Marbutah (ة)

Ta’ Marbûthah(ة) ditransliterasikan dengan “t” jika berada di tengah kalimat, tetapi apabila *ta’ marbûthah* tersebut berada di akhir kalimat, maka ditransliterasikan dengan menggunakan “h” misalnya الرسالة للمدرسة menjadi al-

risalatli al-mudarrisah, atau apabila berada ditengah-tengah kalimat yang terdiri dari susunan *mudlaf* dan *mudlaf ilayh*, maka ditransliterasikan dengan menggunakan “t” yang disambungkan dengan kalimat berikutnya, misalnya في رحمة الله menjadi *fi rahmatillâh*.

D. Kata Sandang dan lafdh al-Jallah

Kata sandang berupa “al” (ال) ditulis dengan huruf kecil, kecuali terletak di awal kalimat, sedangkan “al” dalam lafdh jallah yang berada di tengah-tengah kalimat yang disandarkan (*idhafah*) maka dihilangkan

E. Nama dan Kata Arab Terindonesiakan

Pada prinsipnya setiap kata yang berasal dari bahasa Arab harus ditulis dengan menggunakan sistem transliterasi. Apabila kata tersebut merupakan nama Arab dari orang Indonesia atau bahasa Arab yang sudah terindonesiakan, tidak perlu ditulis dengan menggunakan sistem transliterasi.

Perhatikan contoh berikut:

“... Abdurrahman Wahid, mantan Presiden RI keempat, dan Amin Rais, mantan ketua MPR pada masa yang sama, telah melakukan kesepakatan untuk menghapuskan nepotisme, kolusi dan korupsi dari muka bumi Indonesia, dengan salah satu caranya melalui pengintensifan salat diberbagai kantor pemerintahan, namun...”

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUTAN	
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
BUKTI KONSULTASI	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
MOTTO.	vi
KATA PENGANTAR	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xi
DAFTAR ISI	xiv
ABSTRAK	xvii
BAB I: PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah.....	10
C. Rumusan Masalah	11
D. Tujuan Penelitian.....	11
E. Manfaat Penelitian	12
1. Teoritis	12
2. Praktis	12
F. Definisi Operasional	13
G. Sistematika Penulisan.....	14
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA	
H. Penelitian Terdahulu	17
I. Kajian Pustaka.....	23

1. Pengertian Respon	23
2. Klausula baku dan persyaratannya	24
3. Undang-undang no. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sebagai payung hukum perlindungan konsumen di Indonesia	28
a. Latar belakang lahirnya UU No.8 tahun 1999	28
b. Asas dan tujuan perlindungan konsumen dalam UU no.8 tahun 1999	29
c. Klausula baku dalam UU no.8 tahun 1999	32
4. <i>Maslahah Mursalah</i> sebagai landasan hukum	33
a. Pengertian Masalahah	33
b. Macam-macam Masalahah	35
c. Masalahah Mursalah menurut Abdul Wahab Khallaf	38
1). Definisi Masalahah Mursalah	38
2). Syarat penggunaan masalahah sebagai hujjah	41
d. Kaidah-kaidah fiqh al-maslahah mursalah	42
BAB III: METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	44
B. Pendekatan Penelitian	45
C. Lokasi Penelitian	46
D. Jenis, Dan Sumber Data.....	46
E. Metode pengumpulan data	48
F. Metode pengolahan data	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Profil lokasi penelitian	52
1. Profil singkat Indomaret desa Gampingan kecamatan Pagak Malang.	52
2. Profil singkat konsumen Indomaret desa Gaampingan.....	54
B. Respon konsumen Indomaret desa Gampingan terhadap klausula baku produk promo di Indomaret	56

C. Analisis respon konsumen terhadap klausula baku produk promo di Indomaret perspektif Undang-undang no.8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen	64
D. Analisis respon konsumen terhadap klausula baku pada produk promo Indomaret perspektif Masalah Mursalah.....	69
BAB V: PENUTUP	
A. Kesimpulan	77
B. Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN – LAMPIRAN	



ABSTRAK

Muyassaroh,13220174, 2017, **Respon Konsumen Indomaret Terhadap Klausula Baku Produk Promo Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Masalah Mursalah (Studi Di Desa Gampingan Kecamatan Pagak Malang)**. Skripsi, Jurusan Hukum Bisnis Syariah, Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Pembimbing: Iffaty Nasyi'ah, M.H

Kata Kunci: Respon Konsumen, Klausula Baku, *Masalah Mursalah*

Undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam ketentuan pencantuman klausula baku pasal 18 ayat 2 pelaku usaha dilarang mencantumkan klausula baku yang letak atau pengungkapannya sulit dimengerti, namun masih banyak konsumen Indomaret yang tidak dapat membaca klausula baku tersebut dikarenakan penulisannya terlalu kecil dan letak penempatannya yang berada disudut.

Penelitian ini membahas tentang respon konsumen terhadap klausula baku produk promo di Indomaret desa Gampingan Pagak Malang. Penelitian ini lebih memfokuskan pada respon konsumen tentang klausula baku ditinjau dari Undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan *al- Masalah al- Mursalah*.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi jenis penelitian hukum empiris. Kemudian pendekatan yang digunakan adalah pendekatan Yuridis Sosiologis. Sumber data yang digunakan adalah data primer yaitu data yang diperoleh dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan dokumentasi. Selanjutnya metode pengolahan data yang peneliti gunakan adalah *editing, classifying, analizing, concluding*.

Hasil penelitian yang peneliti peroleh adalah *pertama*, respon konsumen mengenai pencantuman klausula baku pada produk promo adalah sebagian besar konsumen merasa dirugikan. *Kedua*, pencantuman klausula baku produk promo Indomaret dinyatakan batal demi hukum berdasarkan Undang-undang nomor 8 tahun 1999 perlindungan konsumen pasal 18 ayat 3. *Ketiga*, tinjauan *masalah mursalah* terhadap kemudharatan yang berlaku bagi khalayak umum selaku konsumen, artinya adanya klausula baku yang demikian hanya menguntungkan salah satu pihak. Keberadaan *masalah* yang demikian ini perlu ditinjau lebih jauh lagi hukumnya agar kemudian hari tidak menimbulkan kerugian yang lebih besar.

Abstract

Muyassaroh, 13220174, 2017, **Indomaret Consumer Response Against Basic Clause of Promo Products Seen From Uu No. 08 in 1999 on Consumer Protection and *Maslahah Mursalah* (Study In Gampingan Village Pagak District of Malang)**. Thesis, Department of Syariah Business law, Faculty of Sharia, State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang. Adviser: Iffaty Nasyi'ah, M.H

Keywords: Consumer Response, Basic Clause, *Maslahah Mursalah*

Law No. 8 in 1999 about consumer protection in the provisions of inclusion basic clauses subsection 18 paragraph 2 businesses are prohibited to include basic clauses that the location or disclosure of it is difficult to understand, but there are many Indomaret consumers who can't read the basic clause because the inscription is too small and the layout stand in the corner placement.

This study discusses about the consumer response to the promotion product of basic clause in Indomaret Gampingan village of Pagak Malang. This study is focused on the consumer response on basic clause in terms of Law No. 8 in 1999 about Consumer Protection and *Maslahah Mursalah*.

The method used in this study include empirical law research. Then the approach used is a sociological juridical approach. Source data used is primary data obtained from interviews conducted by the researcher. collecting data methods used are interviews and documentation. Furthermore, processing data methods that researcher use are editing, classifying, analyzing, concluding.

The result of this Research were obtained by researcher are First, consumers response regarding the inclusion of basic clauses on promotion product is most consumers feel aggrieved. Second, the inclusion of basic clauses Indomaret promotion products declared null and void by virtue of Law No. 8 in 1999 about consumer protection subsection 18 paragraph 3. Third, a interest sent review against the applicable deprivation to the general public as consumers, meaning that the basic clause only benefits for one of the parties. This existence need to be reviewed its legal even further in order that doesn't create greater losses in the future.

كلمات أساسية

ميسرة، 13220174، 2017، إجابة مستهلكي Indomaret على الجملة الفصيحة في نتاج الترويج المستعرضة من القانون رقم 8 سنة 1999 عن حماية المستهلك والمصلحة المرسله (الدراسة فس قرية كامفيغان- فاكاك- مالانق). البحث العلمي، قسم الحكم لشزمة الشريعة، كلية الشريعة، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانق. المشرفة: عفتي نشيئة الماجستير

كلمات البحث: إجابة المستهلكين، الجملة الفصيحة، المصلحة المرسله

القانون رقم 8 سنة 1999 عن حماية المستهلك في شروط إدراج الجملة الفصيحة في الفصل 18 أية 2 أن العامل محذور على تضمين الجملة الفصيحة وهي صعوبة في الفهم، ولكن مازال هناك كثير من مستهلكي Indomaret الذين لا يستطيعون قراءة تلك الجملة الفصيحة لأن الكتابة صغيرة وموقعها مختلفة في الزوايا.

يبحث هذا البحث عن إجابة المستهلكين على الجملة الفصيحة في نتاج الترويج في Indomaret بقرية كامفيغان- فاكاك- مالانق. ويركز هذا البحث على إجابة المستهلكين عن الجملة الفصيحة المستعرضة من القانون رقم 8 سنة 1999 عن حماية المستهلك والمصلحة المرسله.

منهج البحث المستخدم في هذا البحث هو بحث الحكم التجريبي. وأما مدخل البحث المستخدم هو الحكم الاجتماعي، ومصادر البيانات المستخدمة هي البيانات الأساسية وهي البيانات التي تنال من نتائج المقابلة التي تفعلها الباحثة. وطريقة جمع البيانات المستخدمة هي المقابلة والوثائق، وتحليل البيانات المستخدمة هي التحرير والتصنيف والتحليل والختامية.

نتائج البحث التي تناولها الباحثة هي: الأول، إجابة المستهلكين عن إدراج الجملة الفصيحة في نتاج الترويج، والمستهلكون يشعرون مضرا. والثاني، إدراج الجملة الفصيحة في نتاج ترويج Indomaret موروده لاغي فدى الحكم بناء على القانون رقم 8 سنة 1999 عن حماية المستهلكين في الفصل 18 أية 3. والثالث، نقد المصلحة المرسله على الإضرار التي وقعت للناس عامة كالمستهلكين، وهذا يعني أن الجملة الفصيحة تريح أحد الطرفين. وكون تلك المصلحة تحتاج إلى إعادة النظر في النظام القانوني كي لا تسبب خسارة كبيرة في وقت لاح

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia merupakan makhluk sosial yang memiliki berbagai kebutuhan hidup dimana dalam memenuhi kebutuhan tersebut mereka tidak mungkin melakukannya sendiri. Oleh karenanya manusia berinteraksi satu sama lain untuk mencukupi kebutuhan-kebutuhan hidupnya. Adanya kebutuhan tersebut meniscayakan manusia untuk saling tolong-menolong dan bermuamalah demi kelangsungan hidup mereka. Hal ini sebagaimana perintah Allah SWT yang memerintahkan manusia untuk saling tolong-menolong dan bahu-membahu untuk merealisasikan tujuan hidup manusia melalui akad jual-beli maupun bentuk sosial yang lain.

Aktifitas muamalah dipraktikkan hampir dalam semua aspek kehidupan manusia, namun terkadang aktivitas ini dinafikan hukumnya karena sudah dianggap menjadi kebiasaan umum di tengah kehidupan masyarakat yang tidak membutuhkan aturan. Pada dasarnya kebiasaan umum ini tidak menimbulkan masalah jika sudah menjadi tradisi yang mengakar sehingga dibenarkan oleh hukum, seperti halnya jual-beli yang dilakukan tanpa menyebutkan akad “saya menjual” dan “saya terima”. Menurut hukum dasar *buyu'* penyebutan akad jual beli seperti itu merupakan syarat sahnya jual beli,

namun kebiasaan yang telah mengakar di masyarakat adalah cukup dengan mengetahui harga serta membayarnya dianggap telah menyelesaikan akad jual-beli. Hal ini sesuai dengan kaidah fiqhiyah yang berbunyi *al-'aadah al-muhakkamah*. Namun tidak semua kebiasaan dapat dibenarkan secara hukum, terutama dalam persoalan jual-beli karena jual-beli selalu berdinamika mengikuti perkembangan zaman, seperti menjamurnya sistem jual-beli online, pulsa maupun transaksi elektronik lain yang tidak mengharuskan penjual dan pembeli bertatap muka. Persoalan jual beli dapat muncul pula dalam sistem transaksi di pasar modern seperti swalayan maupun supermarket, di mana pada model pasar tersebut penjual/ produsen menjadi pemegang mayor dalam bertransaksi, artinya mereka memiliki otoritas yang lebih untuk menciptakan peraturan transaksi sendiri tanpa melalui pertimbangan atau persetujuan konsumen. Konsumen dianggap menyetujui semua ketentuan yang berlaku apabila sudah masuk dalam lingkup pasar ini.

Indomaret merupakan salah satu bentuk pasar yang menerapkan sistem pasar modern seperti di atas. Jaringan minimarket ini merupakan sebuah pasar yang menyediakan berbagai macam kebutuhan masyarakat dengan sistem *swa* atau pembeli melayani dirinya sendiri. Perusahaan ini perlahan menggeser eksistensi pasar tradisional yang telah berdiri berabad lamanya di tengah masyarakat. Ada berbagai faktor yang pada akhirnya mendorong masyarakat perlahan beralih memilih jenis pasar ini. Salah satunya adalah

tersedianya berbagai fasilitas yang dibutuhkan konsumen dalam satu tempat, misalnya lokasi pasar yang bersih, ketersediaan barang dalam jumlah banyak dan juga produsen yang beragam sehingga konsumen dapat membandingkan harga secara langsung. Di samping itu harga yang ditawarkan mampu memikat hati konsumen melalui adanya promo maupun diskon secara berkala. Semua kenyamanan ini belum tentu dapat diperoleh konsumen ketika berbelanja di pasar tradisional.

Meningkatnya pola berfikir masyarakat telah merubah pola konsumtif masyarakat dalam mengkonsumsi dan mendapatkan produk. Para konsumen yang dahulu hanya mengutamakan service transaksional saja untuk mendapatkan produk , kini telah berubah menjadi *good excellent service for all transaction*. Adanya pola ini mendorong para retail untuk saling bersaing dalam memberikan pelayanan terbaik agar dapat memiliki kredibilitas tinggi di mata konsumen. Pelayanan terbaik dalam industri retail meliputi pelayanan langsung dan pelayanan tidak langsung. Pelayanan langsung biasanya berupa pemberian harga, kualitas produk, promosi,dan lainnya, sedangkan untuk pelayanan tidak langsung yaitu berupa kenyamanan saat berbelanja, kebersihan toko, kelayakan produk yang dijual, keamanan toko, serta fasilitas lain yang dapat dirasakan oleh konsumen namun tidak secara langsung diperlihatkan kepada para konsumen. Terlepas dari berbagai kenyamanan dan fasilitas yang ditawarkan ini, indomaret juga memiliki beberapa kekurangan,

di antaranya masih menganut sistem kontrak baku sebagaimana yang umum dimiliki jenis pasar modern.

Kontrak baku adalah suatu bentuk kontrak yang memuat suatu syarat-syarat tertentu dan dibuat hanya oleh satu pihak.² Klausula dalam kontrak baku pada umumnya memihak atau menguntungkan salah satu pihak saja. Hal ini dapat terjadi karena penyusunan kontrak baku dilakukan oleh salah satu pihak tanpa meminta persetujuan atau pendapat pihak kedua. Beberapa contoh transaksi yang sering menggunakan kontrak baku di antaranya kontrak sewa-menyewa, kontrak asuransi, kontrak pengiriman barang, jual-beli barang di minimarket maupun toko.³

Klausula baku mengacu pada ketentuan yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yaitu:⁴

Setiap aturan atau ketentuan dan syarat yang telah dipersiapkan dan diterapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang ditungkan dalam suatu dokumen dan/atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen

²Wawan Muhwan Hariri, *Hukum Perikatan Dilengkapi Hukum Perikatan dalam Islam*, cet. Ke-10 (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2011), 341.

³Munir Fuady, *Hukum Kontrak (dari Sudut Pandang Hukum Bisnis)* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003), 27.

⁴ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Aturan ini dijelaskan pula Pada Ketentuan Pencantuman Klausula Baku Pasal 18 ayat 2⁵

Pelaku usaha dilarang mencantumkan klausula baku yang letak atau bentuknya sulit terlihat atau tidak dapat dibaca secara jelas, atau yang pengungkapannya sulit dimengerti

Sebagaimana dijelaskan dalam kedua peraturan di atas, dapat difahami bahwasanya klausula baku dapat mengikat pihak kedua yang dalam hal ini adalah konsumen, untuk memenuhi setiap ketentuan yang telah dibuat oleh pihak pertama (produsen) tanpa harus ikut dalam membuat perjanjian tersebut. Namun klausula baku juga tetap melindungi hak-hak pihak kedua (konsumen) dengan memberikan batasan pada pihak pertama, seperti adanya larangan penulisan dalam bentuk terlalu kecil atau sulit terlihat oleh konsumen.

Beberapa hal yang perlu mendapat perhatian dalam perjanjian baku, adalah pencantuman klausula baku, di mana pencatumannya harus menonjol dan jelas. Pengecualian terhadap tanggung gugat tidak dapat dibenarkan jika penulisannya tidak menonjol dan tidak jelas. Dengan demikian, maka penulisan pengecualian tanggung gugat yang ditulis di belakang sesuai surat perjanjian atau yang ditulis dengan cetakan kecil, kemungkinan tidak efektif

⁵ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

karena penulisan klausula tersebut tidak menonjol. Agar suatu penulisan klausula dapat digolongkan menonjol, maka penulisannya dilakukan sedemikian rupa sehingga orang yang berkepentingan akan memperhatikannya, misalnya dicetak dalam huruf besar atau dicetak dengan tulisan dan warna yang kontras, dan tentu saja hal ini dimuat dalam bagian penting dari kontrak tersebut.⁶ Klausula baku banyak dijumpai dalam banner atau pamflet dan selebaran yang dicetak oleh Indomaret sebagai media promosi.

Promosi merupakan faktor penting dalam meningkatkan penjualan karena dengan promosi bisa mengenalkan perusahaan kepada konsumen. Dari konsumen yang tidak tahu mengenai keberadaan perusahaan tersebut hingga konsumen mengetahui keberadaan perusahaan tersebut hal ini merupakan salah satu kegunaan dari promosi. Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya.

Indomaret menyediakan media cetak atau media elektronik sebagai sarana komunikasi khususnya untuk program-program promosi. Promosi yang ada di Indomaret bisa dilakukan dengan penyebaran brosur, melalui radio, majalah, koran, katalog belanja dan pemberian diskon pada periode-periode tertentu. Ketersediaan pamflet dan katalog yang berisikan informasi mengenai

⁶Ahmadi Miru. *Hukum Perlindungan Konsumen*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada 2004). 118.

daftar produk yang sedang promosi dan discount tentunya akan sangat menarik masyarakat untuk melakukan transaksi di pasar ini.

Pamflet dan katalog promosi atau discount memang mencamtumkan klausula baku atau persyaratan yang harus dipenuhi oleh konsumen, namun seringkali tulisannya kecil dan letaknya sulit terlihat. Mungkin untuk konsumen daerah perkotaan membaca klausula baku sudah terbiasa dilakukan meskipun letaknya sulit terlihat. Tetapi untuk masyarakat pedesaan terutama yang tidak terbiasa melakukan transaksi di pasar modern sangat besar kemungkinannya untuk “terjebak”, karena mengabaikan ketentuan kecil yang cenderung mengecoh ini.

Salah satu contoh kasus yang pernah terjadi di masyarakat, dialami oleh seorang konsumen yang membeli pempers atau popok bayi di mana pada pamflet tersebut tercantum harga promo dengan harga 48.800 tetapi ternyata setelah pulang ia mendapati harga yang tercantum pada nota pembayaran adalah sebesar 67.500, artinya harga tersebut tidak sesuai dengan harga promo.⁷ Setelah dikonfirmasi ternyata harga promo hanya diberikan pada konsumen yang memenuhi syarat dan ketentuan dari Indomaret. Berdasarkan kasus ini dapat dilihat jikalau konsumen tersebut tidak membaca tanda (*) yang merujuk pada bawah pamflet yang tertulis syarat yang harus dipenuhi, sehingga ia merasa tertipu dengan promo yang diberikan.

⁷ Nur Hamidah, *Pra-research*, (Malang: 25 Desember 2016)

Permasalahan sebagaimana yang terjadi di atas besar kemungkinannya terjadi di daerah pedesaan atau daerah tertentu yang baru mengenal sistem pasar modern. Hal ini bisa disebabkan karena rendahnya ketelitian, rendahnya pendidikan atau karena keterbiasaan untuk melakukan transaksi tradisional saja. Salah satu daerah yang memiliki peluang menghadapi permasalahan ini adalah Desa Gampingan Kecamatan Pagak Kabupaten Malang, di mana di desa ini baru dibangun Indomaret pada tahun 2016 lalu yang letaknya pun tidak jauh dari pasar tradisional. Berdasarkan pengamatan kecil yang dilakukan penulis, masyarakat desa Gampingan perlahan mulai melirik dan berpindah untuk melakukan transaksi di pasar ini meskipun tidak mengabaikan adanya pasar tradisional. Hanya saja mereka belum terbiasa dengan adanya ketentuan-ketentuan yang diberikan Indomaret, terutama tentang masalah klausula baku. Artinya mereka bisa saja menjadi sasaran empuk untuk terkecoh dalam persoalan ini. Oleh sebab itu peneliti kemudian merasa tertarik untuk meneliti lebih jauh mengenai respon konsumen Indomaret Desa Gampingan Kecamatan Pagak Kabupaten Malang tentang klausula baku produk promo ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Adapun permasalahan ini jika ditinjau dari segi hukum Islam memiliki beberapa aspek mashlahah dan madharat. Secara garis besar klausula baku yang dicantumkan Indomaret telah menggugurkan kewajiban Indomaret

dalam mencantumkan syarat dan ketentuan pembelian kepada konsumen. Artinya Indomaret tidak menyembunyikan 'aib atau cacat kepada konsumen sehingga menyebabkan tidak sahnya transaksi jual-beli. Di sisi lain para konsumen yang tidak dapat membaca tulisan kecil atau belum mengetahui maksud adanya klausula baku ini dapat saja mengalami kerugian dan ketidakridloan sehingga menjadi tidak sahnya jual-beli. Apabila hal tersebut diabaikan oleh pelaku usaha dalam hal ini yaitu Indomaret, tentunya hal tersebut merupakan kemudharatan atau kerugian bagi konsumen yang dapat menyebabkan tidak sahnya transaksi jual-beli. Namun kesimpulan sementara ini tentunya membutuhkan telaah dan kajian lebih dalam dengan dasar dalil *naqli* dan *aqli* untuk mengetahui posisi atau perspektif hukum Islam mengenai permasalahan ini.

Pertimbangan *kemashlahatan* dan *kemudharatan* dalam persoalan ini tidak dijelaskan dalam suatu dalil *naqli* atau pembahasan mengenai kaidah fiqhiyah sebelumnya, sehingga permasalahan ini dapat ditinjau melalui konsep *mashlahah mursalah*, yakni kemashlahatan yang terlepas dari dalil atau tidak disebutkan dalam *nash* sebelumnya. Tujuan penggunaan *mashlahah mursalah* ini adalah untuk menemukan apakah konsep klausula baku yang diterapkan indomaret selama ini telah memenuhi syarat *mashlahah* bagi konsumen dan relevan untuk terus diterapkan di masyarakat, ataukah konsep ini perlu pembaharuan agar konsumen tidak mengalami kerugian dan

terjadi keridloan pada kedua belah pihak agar tercapainya keabsahan dalam akad jual-beli yang dilakukan.

Berdasarkan beberapa pertimbangan tersebut, peneliti kemudian tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai respon konsumen Indomaret desa Gampingan terhadap keberadaan klausula baku produk promo yang terjadi di lapangan saat ini. Di dalam skripsi ini peneliti ingin meneliti dan mengkaji lebih mendalam mengenai klausula baku yang letak atau bentuknya sulit terlihat atau tidak dapat dibaca secara jelas, atau yang pengungkapannya sulit dimengerti, dengan judul skripsi: **Respon Konsumen Indomaret Terhadap Klausula Baku Produk Promo Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Masalah Mursalah (Studi di Desa Gampingan Kecamatan Pagak Malang)**

B. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, peneliti hanya akan membatasi permasalahan respon konsumen tentang klausula baku produk promo di Indomaret desa Gampingan Pagak Malang. Tinjauan Undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengenai ketentuan pencantuman klausula baku yang digunakan pada produk promo Indomaret. Dalam artian bahwa permasalahan-permasalahan hanya mengenai respon konsumen terhadap klausula baku produk promo Indomaret sedangkan yang lain tidak dibahas dalam penelitian ini.

Selain dari sisi perundang-undangan juga ikut serta diteliti terkait tinjauan hukum islam terhadap respon konsumen mengenai klausula produk promo Indomaret desa Gampingan Pagak Malang. Jadi, dalam penelitian ini hanya terfokus pada respon konsumen Indomaret terhadap klausula baku produk promo perspektif hukum islam.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah maka ada dua rumusan masalah yang diajukan dalam proposal skripsi ini, yaitu:

1. Bagaimana respon konsumen Indomaret desa Gampingan terhadap klausula baku produk promo di Indomaret ?
2. Bagaimana respon konsumen terhadap klausula baku pada produk promo Indomaret ditinjau dari Undang-undang No. 08 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen ?
3. Bagaimana respon konsumen terhadap klausula baku pada produk promo Indomaret ditinjau dari segi *Maslahah Mursalah*?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, dapat dikemukakan tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memahami respon konsumen Indomaret Desa Gampingan terhadap klausula baku produk promo di Indomaret.

2. Menganalisa respon konsumen terhadap klausula baku pada produk promo Indomaret ditinjau dari segi UU No. 08 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
3. Menganalisa respon konsumen terhadap klausula baku pada produk promo Indomaret ditinjau dari segi *Maslahah Mursalah*

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat dan kontribusi positif baik secara teoritis maupun praktis, yakni sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam pengembangan ilmu Hukum Bisnis Syariah yang berkaitan dengan Respon Konsumen Terhadap Klausula Baku Produk Promo di Indomaret Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan *Maslahah Mursalah*

2. Manfaat Praktis

Adapun secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai rujukan bagi peneliti selanjutnya yang bergerak pada bidang yang sama. Selain itu penelitian ini nantinya juga diharapkan dapat memberikan wacana yang bermanfaat bagi masyarakat luas tentang klausula baku produk promo di Indomaret. Lebih jauh peneliti juga mengharapakan penelitian ini nantinya dapat

bermanfaat menjadi pertimbangan sosiologis bagi pemerintah dan legislative dalam merumuskan rancangan undang-undang di bidang klausula baku.

F. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan penjelasan atas konsep atau variable penelitian yang ada dalam judul penelitian. Adanya penjelasan ini sangat berguna untuk memahami dan membatasi dengan jelas penafsiran peneliti maupun pembaca agar penelitian ini dapat tetap terfokus sesuai dengan kajian yang diharapkan peneliti.

Beberapa istilah yang dirasa peneliti membutuhkan penjelasan diantaranya meliputi :

1. Respon Konsumen

Konsumen yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah konsumen Indomaret desa Gampingan Kecamatan Pagak Kabupaten Malang yang berdomisili di sekitar Indomaret desa Gampingan. Lebih spesifik lagi konsumen yang menjadi objek penelitian ini adalah mereka yang pernah atau beberapa kali melakukan transaksi belanja di Indomaret tersebut.

2. Klausula baku

Klausula baku yang dimaksud dalam penelitian ini adalah klausula yang tercantum dalam kontrak baku, dimana kontrak tersebut digunakan oleh indomaret dalam pamflet dan selebaran promo dengan

menggunakan tulisan yang sangat kecil. Selain tulisan yang sangat kecil, juga digunakan pula tanda untuk mengarahkan pada syarat dan ketentuan yang tidak dicantumkan lebih lanjut dalam pamphlet yang dimaksud.

3. Masalah mursalah

Adapun mashlahah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah konsep *masalah mursalah* yang dirumuskan oleh Abdul Wahab Khallaf.

G. Sistematika Penulisan

Hasil penelitian akan dilaporkan dalam bentuk skripsi dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I adalah Pendahuluan yang berisi tentang latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II, dalam bab ini berisi tjiujuan pustaka yang didalamnya meliputi penelitian terdahulu dan kajian teori yang membahas meliputi gambaran umum respon, kemudian pengertian klausula baru dan persyaratannya. Selanjutnya membahas tentang Undang-Undang Nomor Tahun 8 Tentang Perlindungan Konsumen meliputi sejarah lahirnya undang-undang, asas dan tujuan undang-undang, dan klausula baku dalam undang-undang perlindungan konsumen. Selanjutnya membahas mengenai *masalah mursalah* meliputi

pengertian masalah, macam-macam masalah, kemudian membahas mengenai *masalah mursalah* menurut Abdul wahab khallaf.

BAB III adalah Metode Penelitian yang berisi jenis penelitian hukum empiris atau yuridis empiris, pendekatan penelitian yuridis sosiologis, lokasi penelitian desa Gampingan kecamatan Pagak Malang, jenis dan sumber data yang terdiri dari data primer yang diperoleh melalui wawancara dengan konsumen Indomaret, data sekunder yang diperoleh melalui literature buku terkait dan data tersier dari selain dua data tersebut, metode pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi, dan metode pengolahan data berupa teknik analisis

BAB IV, pada bab ini berisi mengenai pemaparan dan analisis data. Yaitu menguraikan fakta atau data di lapangan yang telah terkumpul dan merupakan data yang benar-benar terjadi di tengah konsumen Indomaret desa Gampingan kecamatan Pagak malang, kemudian menganalisis data tersebut menggunakan teori-teori yang telah dipilih yakni undang-undang perlindungan konsumen dan teori masalah mursalah menurut Abdul Wahab Khallaf dan dipaparkan hasil analisis tersebut pada bagian kajian teori

BAB V Penutup. Bab ini merupakan bab terakhir yang berisi kesimpulan dan saran. Kesimpulan pada bab ini bukan merupakan ringkasan dari penelitian yang dilakukan, melainkan jawaban singkat atas rumusan masalah yang telah ditetapkan. Saran adalah usulan atau anjuran

kepada pihak-pihak terkait atau pihak yang memiliki kewenangan lebih terhadap tema yang diteliti demi kebaikan masyarakat, dan usulan atau anjuran untuk penelitian berikutnya di masa-masa mendatang.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan ini pada dasarnya merupakan sebuah penelitian lanjutan dari beberapa penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya. Hasil dari penelitian ini nantinya juga diharapkan dapat melengkapi penelitian-penelitian tersebut baik dalam mendukung hasil penelitian maupun memberikan verifikasi terhadapnya. Sebagai gambaran tentang originalitas penelitian ini, maka berikut akan dikemukakan beberapa penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan tema dan titik singgung dengan penelitian yang akan dilakukan. Bagian ini juga dimaksudkan untuk menghindari adanya pengulangan kajian terhadap materi yang sama.

Adapun beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan pada bidang kajian ini dapat dipaparkan sebagai berikut:

1. Sukma Palugan dalam skripsinya yang berjudul “*Analisis Yuridis terhadap Perjanjian Pembiayaan Konsumen yang Menggunakan Klausula Baku dan Kaitannya dengan Perlindungan Konsumen*”.

Dalam skripsi ini penyusun menjelaskan bahwa perjanjian pembiayaan konsumen yang didasarkan pada asas kebebasan berkontrak melalui

klausula baku bertentangan dengan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.⁸

2. Abdul Karim Munthe dalam skripsinya yang berjudul “*Kontrak Baku pada Asuransi Syariah dalam Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen*”. Dalam skripsi tersebut penyusun melakukan perbandingan yuridis –normatif terhadap kontrak baku. Keberadaan polis pada kontrak baku pada asuransi dianggap sebagai pengalihan tanggung jawab perusahaan asuransi. Hal ini bertentangan dengan hukum islam dan Undang-undang Perlindungan Konsumen.⁹
3. Nailin ni'mah dalam skripsinya yang berjudul “*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Klausula Baku dalam Praktik Jual Beli di Toko-toko Modern di Kota Yogyakarta*”. Dalam skripsi tersebut penyusun memperoleh hasil penelitian bahwa keberadaan klausula baku yang tertera pada nota pembayaran dan tidak adanya pemberitahuan terkait berlakunya klausula baku di toko modern yang memberikan kesan pengalihan tanggung jawab pelaku usaha terhadap konsumen tersebut, namun kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa antara konsumen dan pelaku usaha justru dapat bekerja sama dalam transaksi jual beli.

Hal ini terbukti ketika konsumen melakukan komplain terkait barang

⁸Sukma Palugan, *Analisis Yuridis terhadap Perjanjian Pembiayaan Konsumen yang Menggunakan Klausula Baku dan kaitannya dengan Perlindungan Konsumen* (Studi pada Lembaga pembiayaan di Yogyakarta), (Yogyakarta: Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga, 2015)

⁹Abdul Karim munthe, *Kontrak Baku pada Asuransi Syariah dalam Perspektif Hukum Perlindungan konsumen*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2014)

yang dibelinya, pihak pelaku usaha tetap memberikan ganti rugi yang sesuai keinginan konsumen. Tentunya berdasarkan alasan yang bisa diterima.¹⁰

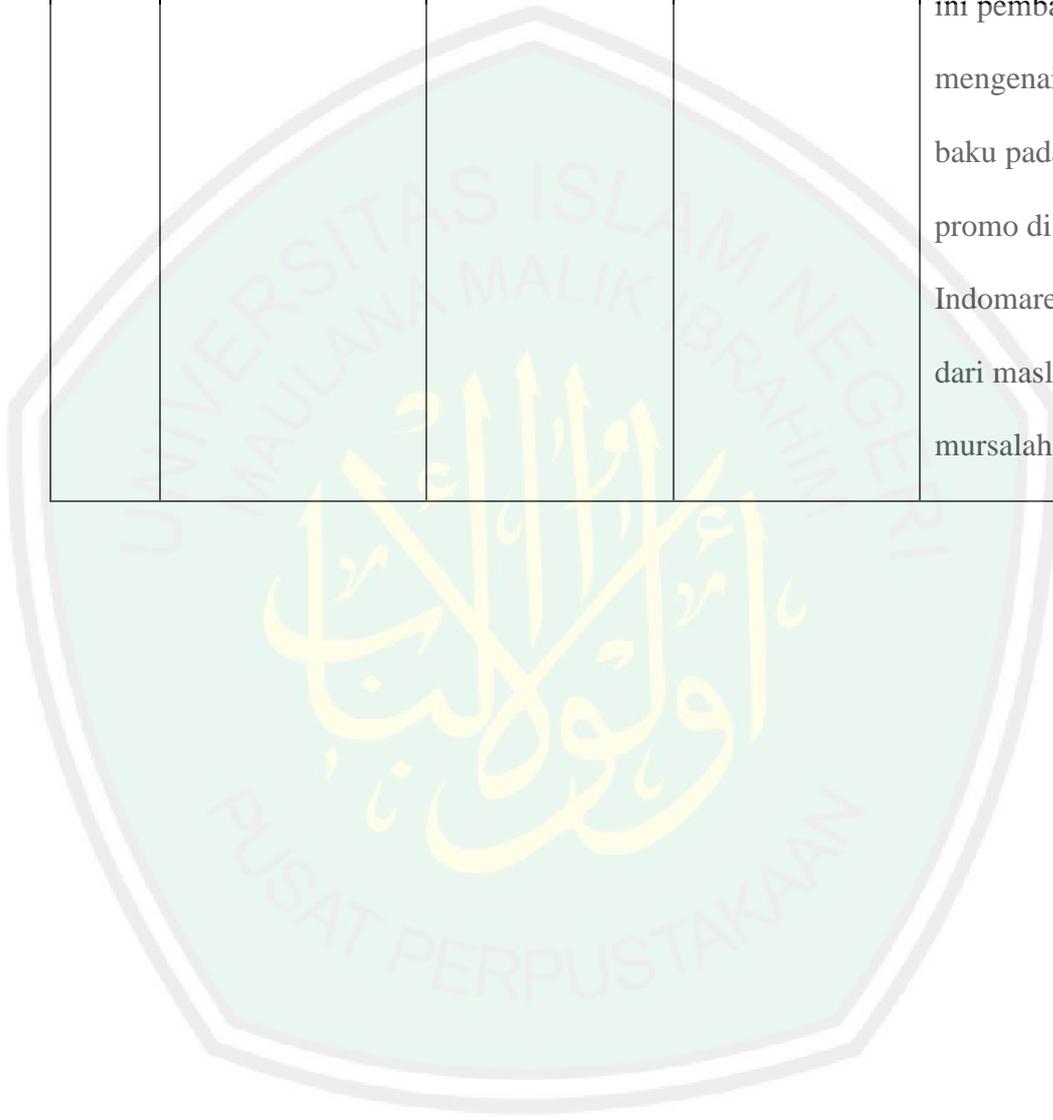


¹⁰ Nailin Nikmah, Tinjauan Hukum Islam Terhadap Klausula Baku dalam Praktik Jual Beli di Toko-toko Modern di Kota Yogyakarta, (Yogyakarta: Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga, 2016)

NO.	Nama/ Fakultas/PT/Tahun	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Sukma Palugan, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga, 2015	<i>Analisis Yuridis terhadap Perjanjian Pembiayaan Konsumen yang Menggunakan Klausula Baku dan kaitannya dengan Perlindungan Konsumen</i>	Sama-sama membahas tentang klausula baku dan Undang-undang Perlindungan Konsumen	Dalam skripsi Sukma Palugan pembahasannya tentang analisis yuridis terhadap perjanjian pembiayaan konsumen yang menggunakan klausula baku. Dalam proposal skripsi peneliti ini pembahasannya tentang respon masyarakat terhadap klausula baku pada produk promo di indomaret ditinjau dari masalah mursalah

2.	Abdul Karim Munthe, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah, 2014	<i>Kontrak Baku pada Asuransi Syariah dalam Perspektif Hukum Perlindungan konsumen,</i>	Sama-sama membahas tentang Perlindungan Konsumen.	Dalam skripsi Abdul Karim Munthe membahas mengenai kontrak baku pada asuransi syariah. Sedangkan dalam proposal penelitian ini pembahasannya mengenai klausula baku pada produk promo indomaret ditinjau dari masalah mursalah.
3.	Nailin Nikmah, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga, 2016	Tinjauan Hukum Islam Terhadap Klausula Baku dalam Praktik Jual Beli di Toko-toko Modern di Kota Yogyakarta	Sama-sama membahas tentang Klausula Baku Pada Pasal 18 Undang- undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan	Dalam skripsi Nailin Nikmah pembahasannya mengenai tinjauan hukum islam yang disini menggunakan akad khiyar terhadap klausula baku pada

			Konsumen	<p>nota pembayaran.</p> <p>Sedangkan dalam proposal penelitian ini pembahasannya mengenai klausula baku pada produk promo di Indomaret ditinjau dari masalahh mursalah</p>
--	--	--	----------	--



B. Kajian Pustaka

1. Pengertian Respon

Dalam *Kamus Besar Ilmu Pengetahuan* disebutkan bahwa “ Respon adalah reaksi psikologis-metabolik terhadap tibanya suatu rangsang; ada yang bersifat otonomis seperti refleks emosional langsung, ada pula yang bersifat terkendali.¹¹

Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* disebutkan bahwa “Respon adalah tanggapan, reaksi, jawaban terhadap suatu gejala atau peristiwa yang terjadi, misal:..... masyarakat terhadap rencana perbaikan kampung sangat baik.¹²

Menurut Djalaludin Rakhmat, respon adalah suatu kegiatan (*activity*) dari organisme itu bukanlah semata-mata suatu gerakan yang positif, setiap jenis kegiatan (*activity*) yang ditimbulkan oleh suatu perangsang dapat juga disebut respon. Secara umum respon atau tanggapan dapat diartikan sebagai hasil atau kesan yang didapat (ditinggal) dari pengamatan tentang subjek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan-pesan.¹³

¹¹Save, D. Dogun, *Kamus Ilmu Pengetahuan* (Jakarta: Lembaga Pengkajian da Kebudayaan Nusantara, 1997), Cet. Ke-1, 964

¹²Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar bahasa Indonesia*(Jakarta: Balai Pustaka, 1988). 838

¹³ Jalaludin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya. 1999). 51

respon itu bermula dari adanya suatu tindakan pengamatan yang menghasilkan suatu kesan sehingga menjadi kesadaran yang dapat dikembangkan pada masa sekarang atau pun menjadi antisipasi pada masa yang akan datang. Jadi jelaslah bahwa pengamatan merupakan modal dasar dari respon, sedangkan modal dari pengamatan adalah alat indera yang meliputi penglihatan dan penginderaan.

2. Klausula Baku dan Persyaratannya

Perjanjian baku adalah perjanjian yang hampir seluruh klausul-klausulanya dibakukan oleh pemakainya dan pihak yang lain pada dasarnya tidak mempunyai peluang untuk merundingkan atau meminta perubahan.¹⁴ Perjanjian baku yang selanjutnya disebut sebagai klausula baku, diadakan dengan maksud untuk mencapai tujuan efisiensi, kepastian dan lebih bersifat praktis meskipun kadang-kadang mengandung faktor negatif, karena dapat merugikan pihak lain yaitu pihak konsumen yang lemah.

Perjanjian yang mengandung klausula baku telah menjadi bagian dalam setiap hubungan hukum dalam masyarakat. Keberadaan klausula baku dalam perjanjian didasarkan pada asas kebebasan berkontrak dalam pasal 1388 ayat 1 KUH Perdata. Hakekat adanya klausula baku dalam perjanjian tidak lain adalah pembagian resiko

¹⁴ Sutan Remy Sjahdeni, *Kebebasan Berkontrak dan Perlindungan yang Seimbang Bagi Para Pihak dalam Perjanjian Kredit di Indonesia*, (Jakarta: Institut Bankir Indonesia, 1994), 66

yang sesuai, meskipun dalam praktiknya makna klausula baku sering disalahgunakan oleh mereka yang memiliki dominasi ekonomi yang tidak hanya untuk membebaskan diri dari beban tanggung jawab berlebihan, tetapi juga sampai pada penghapusan tanggung jawab. Karena itu sebagai upaya perlindungan konsumen, perlu adanya pembatasan terhadap penggunaan klausula baku dalam setiap kontrak perjanjian.¹⁵

Sementara itu P. Lindawaty S. Semu menyebutkan beragam peristilahan yang menjelaskan perjanjian baku, seperti istilah yang diuraikan dibawah ini:¹⁶

- a. Kontrak-kontrak adhesi
- b. Syarat-syarat umum
- c. Syarat-syarat konsumen
- d. Model-model kontrak
- e. Kontrak-kontrak formulir
- f. Ketentuan-ketentuan standar
- g. Syarat-syarat penjualan
- h. Kondisi-kondisi umum
- i. Syarat-syarat penjualan umum
- j. Kondisi-kondisi pembayaran
- k. Syarat-syarat pembelian

¹⁵ Burhanuddin, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen*, (Malang: UIN Maliki Press, 2011), 23

¹⁶ Ahmad Fikri Assegaf, *Penjelasan Hukum Klausula Baku*, (Jakarta: Pusat studi hukum dan kebijakan Indonesia, 2014), 22-23

Pemberlakuan standar kontrak merupakan suatu kebutuhan masyarakat yang tidak dapat dihindarkan. Namun agar praktiknya tidak merugikan pihak lain, maka perlu ada hukum yang mengatur penerapannya. Bentuk nyata standar kontrak adalah melalui penawaran klausula baku/eksonerasi kepada konsumen pada saat melakukan transaksi dengan produsen¹⁷. Menurut pasal 1 angka 10 undang-undang perlindungan konsumen, pengertian klausula baku adalah:

Setiap aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam suatu dokumen dan/atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen¹⁸.

Adapun beberapa syarat pencantuman klausula baku adalah sebagai berikut:¹⁹

a. Menonjol dan jelas

Pengecualian terhadap tanggung gugat tidak dapat dibenarkan jika penulisannya tidak menonjol dan tidak jelas.

Dengan demikian, maka penulisan pengecualian tanggung gugat yang ditulis di belakang suatu surat perjanjian atau yang

¹⁷ Burhanuddin susanto, *Pemikiran hukum perlindungan konsumen dan sertifikat halal*, (Malang: UIN Maliki Press, 2011), 23-24

¹⁸ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

¹⁹ Ahmadi miru dan Sutarman yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Raja grafindo persada, 2004), 118-119.

ditulis dengan cetakan kecil, kemungkinan tidak efektif karena penulisan klausula tersebut tidak menonjol. Agar suatu penulisan klausula dapat digolongkan menonjol, maka penulisannya dilakukan sedemikian rupa sehingga orang yang berkepentingan akan memerhatikannya, misalnya dicetak dalam huruf besar atau dicetak dengan tulisan dan warna yang kontras, dan tentu saja hal ini dimuat dalam bagian penting dari kontrak tersebut.

b. Disampaikan tepat waktu

Pengecualian tanggung gugat hanya efektif jika disampaikan tepat waktu. Dengan demikian, setiap pengecualian tanggung gugat harus disampaikan pada saat penutupan perjanjian, sehingga merupakan bagian dari kontrak. Jadi bukan disampaikan setelah perjanjian jual beli terjadi.

c. Pemenuhan tujuan-tujuan penting

Pembatasan tanggung gugat tidak dapat dilakukan jika pembatasan tersebut tidak akan memenuhi tujuan penting dari suatu jaminan, misalnya tanggung gugat terhadap cacat yang tersembunyi tersebut tidak ditemukan dalam periode tersebut.

d. Adil

Jika pengadilan menemukan kontrak atau klausula kontrak yang tidak adil, maka pengadilan dapat menolak untuk

melaksanakannya, atau melaksanakannya tanpa klausula yang tidak adil.

3. Undang-Undang No. 08 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sebagai payung hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia

a. Latar belakang lahirnya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999

Lahirnya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 24 tentang perlindungan konsumen, merupakan perkembangan yang sangat berarti dalam perkembangan hukum perlindungan konsumen di Indonesia, karena merupakan undang-undang yang dinantikan sejak lama. Namun, hal ini bukan berarti bahwa sebelumnya tidak ada undang-undang yang memberikan perlindungan konsumen, karena dalam penjelasan umum undang-undang itu sendiri tercatat 20 undang-undang sebelumnya yang memberikan perlindungan kepada konsumen.²⁰

Hukum perlindungan konsumen dewasa ini mendapat cukup perhatian karena menyangkut aturan-aturan guna mensejahterakan masyarakat, bukan saja masyarakat selaku konsumen saja yang mendapat perlindungan, namun pelaku usaha juga mempunyai hak yang sama untuk mendapat perlindungan, namun pelaku usaha juga mempunyai hak yang sama untuk

²⁰ Ahmadi Miru, Prinsip-prinsip perlindungan hukum bagi konsumen di Indonesia, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), 100-101

mendapat perlindungan, masing-masing ada hak dan kewajiban. Pemerintah berperan mengatur, mengawasi, dan mengontrol, sehingga tercipta sistem yang kondusif saling berkaitan satu dengan yang lain dengan demikian tujuan menyejahterakan masyarakat secara luas dan tercapai.²¹

b. Asas dan tujuan perlindungan konsumen dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999

Dalam Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 yang berbunyi “*Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum*”. Undang-Undang diatas menjelaskan bahwa perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional, yaitu:

- a. Asas manfaat yang dimaksudkan untuk mengamankan bahwa segala upaya dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
- b. Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk

²¹ Celine tri, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar grafika, 2011), 1

memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil

- c. Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dalam arti materiil dan spiritual.
- d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi dan digunakan.
- e. Asas kepastian hukum dimaksudkan agar pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen, serta Negara menjamin kepastian hukum²².

Bila diperhatikan substansinya kelima asas yang disebutkan dalam pasal 2 Undang-undang perlindungan konsumen demikian pula penjelasannya, asas dibagi menjadi 3 bagian yaitu:

- a. Asas kemanfaatan yang di dalamnya meliputi asas keamanan dan keselamatan konsumen,
- b. Asas keadilan yang di dalamnya meliputi asas keseimbangan dan

²² Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Asas-asas Hukum Perlindungan Konsumen yang dikelompokkan dalam 3 (tiga) kelompok diatas yaitu asas keadilan, asas kemanfaatan, dan kepastian hukum. Dalam hukum ekonomi keadilan disejajarkan dengan asas keseimbangan, kemanfaatan disejajarkan dengan asas maksimalisasi, dan kepastian hukum disejajarkan dengan asas efisiensi

Tujuan perlindungan konsumen juga diatur dalam Pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yaitu:²³

meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;

- a. mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa;*
- b. meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;*
- c. menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;*
- d. menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;*
- e. meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.*

Pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini, merupakan isi pembangunan nasional sebagaimana disebutkan

²³ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

dalam Pasal 2 sebelumnya, karena tujuan perlindungan konsumen yang ada itu merupakan sasaran akhir yang harus dicapai dalam pelaksanaan pembangunan di bidang hukum perlindungan konsumen.

c. Klausula baku dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Sesuai dengan Pasal 18 ayat (2) disebutkan bahwa "pelaku usaha dilarang mencantumkan klausula baku yang letak atau bentuknya sulit terlihat atau tidak dapat dibaca secara jelas, atau yang pengungkapannya sulit dimengerti"²⁴.Pencantuman klausula baku tersebut dapat berupa tulisan kecil-kecil. Lalu, diletakkan secara samar atau letaknya di tempat yang telah diperkirakan akan terlewatkan pembaca dokumen perjanjian. Sampai saat kesepakatan tersebut terjadi konsumen hanya memahami sebagian kecil dari perjanjian tersebut. Artinya perjanjian tersebut hanya dibaca sekilas, tanpa dipahami secara mendalam konsekuensi yuridisnya. Keadaan ini bakal membuat konsumen sering tidak tahu apa yang menjadi haknya.

Mengenai letak, bentuk dan pengungkapan klausula baku dapat juga dilihat dari itikad pelaku usaha sesuai Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Kewajiban pelaku usaha adalah beritikad baik dalam melakukan

²⁴Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

kegiatan usahanya, memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan perbaikan dan pemeliharaan²⁵.

4. Mashlahah Mursalah Sebagai Landasan Hukum

a. Pengertian Mashlahah

Maslahah secara bahasa atau etimologi berasal dari Bahasa Arab berarti kemanfaatan, kebaikan, kepentingan. Dalam bahasa Indonesia sering ditulis atau disebut dengan kata maslahat (lawan kata dari mafsadat) yang berarti sesuatu yang mendatangkan kebaikan (keselamatan, dsb), faedah; guna. Sedangkan kemaslahatan berarti kegunaan, kebaikan, manfaat, kepentingan.²⁶

Dari segi etimologi, kata Maslahah menunjuk kepada pengertian manfaat dan kegunaan itu sendiri (secara langsung) dan kepada sesuatu yang menjadi sebab (secara tidak langsung) dan melahirkan keduanya (masalah yang langsung dan tidak), demikian juga kata mafsadah.

Pengertian *maslahah* dalam bahasa arab berarti “perbuatan-perbuatan yang mendorong kepada kebaikan manusia”. Dalam artinya yang umum adalah setiap segala sesuatu yang bermanfaat bagi manusia, baik dalam arti menarik atau menghasilkan keuntungan atau kesenangan; atau dalam arti menolak atau menghindarkan seperti menolak kemudaratan atau kerusakan. Jadi

²⁵Undang-undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

²⁶ Dahlan Tamrin, *Diktat kuliah filsafat hukum islam*, (Malang :tt), 93

setiap yang mengandung manfaat patut disebut *masalahah*. Dengan begitu *masalahah* itu mengandung 2 sisi, yaitu menarik atau mendatangkan kemaslahatan dan menolak atau menghindarkan kemudharatan.²⁷

Adapun pengertian masalah secara terminology (Istilah yang dipilih ulama fiqh) ada beberapa perbedaan yang tidak terlalu prinsip seperti dijelaskan al-Munawar. Maka dalam memberikan pengertian al-Maslahah secara terminology ditemukan perbedaan pendapat para ulama, antara lain:

1) Imam Al-Ghazali (w. 505 H)

Dalam menjelaskan bahwa al-maslahah pada dasarnya adalah suatu gambaran dari meraih manfaat atau menghindarkan mudlarrat (mafsadat). Namun yang dimaksud dengan maslahat di sini oleh Imam al-Ghazali bukan dalam pengertian kebahasaan yang biasa dipakai dalam masyarakat atau menurut ‘urf (kebiasaan), yakni berarti manfaat atau sesuatu yang bermanfaat, melainkan dalam pengertian syara’, yakni memelihara agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta benda. Dengan demikian, arti mafsadat adalah sesuatu yang dapat merusak salah satu dari lima hal tersebut.

²⁷ Amir Syarifuddin, *Ushul Fiqh 2*, (Jakarta : Prenada Media Group, 2011), 345

2) Al-Khawarizmi

Al-Maslahah adalah memelihara tujuan syara' dengan cara menghindarkan kemafsadatan dari manusia. Definisi di atas kelihatannya lebih sempit dari apa yang disampaikan oleh Al-Ghazali, sebab beliau hanya memandang Al-maslahah dari satu sisi, yaitu menghindarkan mafsadat semata, padahal kemslahatan mempunyai sisi lain yang justru lebih penting, yaitu meraih manfaat.²⁸

b. Macam-macam *Mashlahah*

1) *Maslahah* berdasarkan tujuan zamannya (waktu)

Maslahah berdasarkan tujuan zamannya terbagi menjadi dua tingkatan, yaitu; masalah dunia akhirat. Masalah dunia adalah kewajiban atau aturan syara' yang terkait dengan hukum-hukum mu'amalah (interaksi social dan ekonomi). Sedangkan masalah akhirat adalah kewajiban atau aturan syara' yang terkait dengan hukum-hukum tentang aqidah (tauhid) dan ibadah.

2) *Maslahah* berdasarkan tingkat kebutuhannya

Maslahah berdasarkan tingkat kebutuhannya merujuk pendapat al-Syatibi dalam menjaga ilmu tujuan pokok syari'at (*al-Maqashid al-Syar'iyah*) itu maka dalam upaya-upaya mewujudkan pemeliharaan kelima urusan pokok tersebut, al-

²⁸ Dahlan Tamrin, *Diktat kuliah filsafat hukum islam*, (Malang :tt), 131-132

Syatibi membaginya kepada tiga kategori dan tingkat kekuatan kebutuhan akan masalah, yaitu:

a) *Al-Maslahah al-Dlaruriyah* (kemaslahatan primer)

Yakni kemaslahatan memelihara urusan pokok yang keberadaannya bersifat mutlak dan tidak bisa diabaikan, akan melakukan keseimbangan dalam kehidupan keagamaan dan keduniaan.

b) *Al-Maslahah al-hajiyyah* (kemaslahatan sekunder)

ialah sesuatu yang diperlakukan oleh seseorang untuk memudahkannya menjalani hidup dan menghilangkan kesulitan dalam rangka memelihara lima unsure diatas.

c) *Al-Maslahah al-Tahsiniyyah* (kemaslahatan tersier)

yaitu memelihara kelima unsur pokok dengan cara meraih dan menetapkan hal-hal yang pantas dan layak dari kebiasaan-kebiasaan hidup yang baik, serta menghindarkan sesuatu yang dipandang sebaliknya oleh akal sehat.

3) Masalah berdasarkan cakupannya (jangkauannya), jumhur ulama membaginya menjadi tiga tingkatan, yaitu:

a) *Al-Maslahah al-Ammah* (masalah umum) yang berkaitan

dengan semua orang seperti menjatuhkan hukuman mati terhadap pembuat bid'ah (aliran sesat) atau teroris merupakan kemaslahatan yang berhubungan dengan semua

orang, sebab akibat perbuatannya dapat menimbulkan kemudharatan bagi semua orang.

- b) *Al-Maslahah al-Ghalibah* (masalah mayoritas); yang berkaitan dengan mayoritas (kebanyakan) orang, tetapi tidak bagi semua orang. Contohnya orang yang mengerjakan bahan baku pesanan orang lain untuk dijadikan sebagai barang jadi atau setengah jadi, maka ia wajib menggantinya dengan bahan baku yang dirusakkannya. Kewajiban ini diberlakukan jika kenyataan menunjukkan pada umumnya penerima pesanan tidak berhati-hati dalam pekerjaannya.
- c) *Al-Maslahah al-Khashah* (masalah khusus/pribadi); yang berkenaan dengan orang-orang tertentu, hal ini sebenarnya jarang terjadi, seperti adanya kemaslahatan bagi seorang istri agar hakim menetapkan keputusan *fasakh* karena suaminya dinyatakan hilang (*mafqud*).²⁹

²⁹ Dahlan Tamrin, *Diktat kuliah filsafat hukum islam*, (Malang :tt), 136-140

c. Mashlahah Mursalah menurut Abdul Wahab Khallaf

1) Definisi Mashlahah Mursalah

المصلحة المرسله أي المطلقة، في اصطلاح الأصوليين: المصلحة التي لم يشرع الشارع حكماً لتحقيقها، ولم يدل دليل شرعي على اعتبارها أو إلغائها، وسميت مطلقة لأنها لم تقيد بدليل اعتبار أو دليل إلغاء.³⁰

Al-Maslahah mursalah artinya mutlak (umum), menurut istilah ulama ushul adalah kemaslahatan yang oleh syari' tidak dibuatkan hukum untuk mewujudkannya, tidak ada dalil syara' yang menunjukkan dianggap atau tidaknya kemaslahatan itu. ia disebut mutlak (umum) karena tidak dibatasi oleh bukti dianggap atau bukti disia-siakan.

Artinya bahwa penetapan suatu hukum itu tiada lain kecuali untuk menerapkan kemaslahatan umat manusia, yakni menarik suatu manfaat, menolak bahaya atau menghilangkan kesulitan umat manusia. Dan bahwa kemaslahatan itu tidak terbatas bagian-bagiannya dan tidak terbatas pada orang-perorang, akan tetapi kemaslahatan itu maju seiring dengan kemajuan peradaban dan perkembangan.³¹

Maslahah Mursalah menurut istilah terdiri dari dua kata, yaitu *masalahah* dan *mursalah*. Kata *masalahah* menurut bahasa berarti “manfaat”, dan kata *mursalah* berarti “lepas”. Gabungan

³⁰ عبد الوهاب خلاف، علم أصول الفقه، (القاهرة: الرمين، 2004)، 84

³¹ Abdul Wahab Khallaf, *Ilmu ushul fikih*, (Jakarta: Pustaka amani, 2003), 110

dari dua kata tersebut yaitu masalah mursalah menurut istilah, seperti dikemukakan Abdul-Wahab Khallaf, berarti “sesuatu yang dianggap maslahat namun tidak ada ketegasan hukum untuk merealisasikannya dan tidak pula ada dalil tertentu baik yang mendukung maupun menolaknya”, sehingga ia disebut *masalah mursalah*³²

Inti kemaslahatan yang ditetapkan *syar'i* adalah pemeliharaan lima hal pokok (*al-khulliyat al-khams*), yaitu *hifz al-din* (perlindungan terhadap agama); *hifz al-nafs* (perlindungan terhadap jiwa); *hifz al-aql* (perlindungan terhadap akal); *hifz al-nashl* (perlindungan terhadap keturunan); *hifz al-mal* (perlindungan terhadap harta). Semua bentuk tindakan seseorang yang mendukung pemeliharaan kelima aspek ini disebut *maslahah*. Begitu pula segala upaya yang berbentuk tindakan yang menolak kemudharatan terhadap kelima hal ini disebut *maslahah*. Karena itu, al-ghazali mendefinisikan masalah sebagai mengambil manfaat dan menolak kemudharatan dalam rangka memelihara tujuan *syara'*. Pemeliharaan tujuan *syara'* yang dimaksud al-Ghazali adalah pemeliharaan *al-kuliyat al-khams*.³³

³² Satria Efendi, *Ushul Fiqh*, (Jakarta: Kencana, 2005), 148-149.

³³ Amir Syarifuddin, *Ushul Fiqh 2*, (Jakarta : Prenada Media Group, 2011), 345.

Ada beberapa definisi *al-maslahah mursalah* yang dikemukakan para ulama. Al-Ghazali didalam buku Amir Syarifudin mendefinisikan *al-maslahah mursalah* sebagai berikut³⁴:

مَا لَمْ يَشْهَدْ لَهُ مِنَ الشَّارِعِ بِالْبُطْلَانِ وَلَا بِالِاعْتِبَارِ نَصٌّ مُعَيَّنٌ

Artinya : “apa-apa (*masalahah*) yang tidak ada bukti baginya dari syara’ dalam bentuk nash tertentu yang membetalkannya dan tidak ada yang memperhatikannya.”

Abu Zahrah didalam buku Amir Sarifudiin juga mendefinisikan *al-maslahah al-mursalah* sebagai berikut³⁵ :

هِيَ الْمَصَالِحُ الْمَلَائِمَةُ لِمَقَاصِدِ الشَّارِعِ الْإِسْلَامِيِّ وَلَا يَشْهَدُ لَهَا أَصْلٌ خَاصٌّ
بِالِاعْتِبَارِ أَوْ بِالِإلْغَاءِ

Artinya : “*masalahah* yang selaras dengan tujuan syariat islam dan tidak ada petunjuk yang membuktikan tentang pengakuannya atau penolakannya”

Berdasarkan definisi ini tampak bahwa *masalahah murshalah* merupakan kemaslahatan yang sejalan dengan apa yang terdapat didalam nash, tetapi tidak ada nash secara khusus yang memerintahkan dan melarang untuk mewujudkannya. Bukti bahwa kemaslahatan ini sejalan dengan nash dapat dilihat

³⁴ Amir Syarifuddin, *Ushul Fiqh 2*, (Jakarta : Prenada Media Group, 2011),), 355

³⁵ Amir Syarifuddin, *Ushul Fiqh 2*, (Jakarta : Prenada Media Group, 2011),, 356.

dari sekumpulan nash (ayat atau hadits) dan makna yang dikandungnya.

Dengan demikian, *al-maslahah al-mursalah* ini sejalan dengan tujuan syara' sehingga dapat dijadikan sebagai dasar pijakan dalam mewujudkan kemaslahatan yang dibutuhkan manusia dan menghindarkan mereka dari kemudharatan.³⁶

2) Syarat Penggunaan *Maslahah Mursalah* Sebagai Hujjah

Abdul wahab khallaf menetapkan tiga syarat utama untuk masalah mursalah sebagai hujjah (sumber hukum). Syarat ini ditetapkan agar tidak terjadi tindakan-tindakan membuat hukum dengan hawa nafsu dan keinginan sempit semata yang mengatasnamakan masalah mursalah.

a) Harus benar-benar membuahakan masalah atau tidak didasarkan dengan mengada-ada. Maksudnya adalah agar bisa diwujudkan pembentukan hukum tentang masalah atau peristiwa yang melahirkan kemanfaatan atau menolak kemudharatan

b) Masalah itu sifatnya umum, bukan bersifat perorangan. Maksudnya ialah, bahwa dalam kaitannya dengan pembentukan hukum atas suatu kejadian atau masalah dapat melahirkan kemanfaatan bagi kebanyakan umat

³⁶ Amir Syarifuddin, *Ushul Fiqh 2*, (Jakarta : Prenada Media Group, 2011), 345

manusia yang benar-benar dapat terwujud atau bisa menolak kemudharatan, atau tidak hanya mendatangkan kemanfaatan bagi seorang atau beberapa orang saja. Karena itu hukum tidak dapat disyari'atkan lantaran hanya membuahkan kemaslahatan secara khusus kepada pemimpin atau orang-orang tertentu dengan tidak menaruh perhatian kepada kemaslahatan umat.

- c) Pembentukan hukum dengan mengambil kemaslahatan ini tidak berlawanan dengan tata hukum atau ketetapan nash dan ijma'. Karena itu tuntutan kemaslahatan untuk mempersamakan anak laki-laki dan wanita dalam pembagian hal waris, merupakan maslahat yang tidak bisa dibenarkan. Sebab maslahat yang demikian itu adalah batal.

d. Kaidah-kaidah Fiqh *al-Maslahah al-Mursalah*

Kaidah-kaidah tentang Maslahah Mursalah³⁷

1. “Menolak kerusakan lebih diutamakan daripada menarik kemaslahatan
2. “Tidak boleh memberi mudhorot dan membalas mudhorot
3. “Kebutuhan dapat menempati posisi darurat, baik yang bersifat umum maupun khusus”
4. “Kemudharatan harus dihilangkan”

³⁷ Nash Farid dan Abdul Aziz, *Qawa'I Fiqhiyyah*, (Jakarta: Amzah, 2009), 17-21

5. “Sesuatu yang dilarang diperbolehkan jika sifatnya dharurat
6. “Kebijakan (pemimpin) atas rakyatnya harus berdasarkan kemaslahatan



BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah cara melakukan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara seksama untuk mencapai suatu tujuan dengan cara mencari, mencatat, merumuskan, dan menganalisis sampai menyusun laporan.³⁸ Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian meliputi: jenis penelitian, pendekatan penelitian, lokasi penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian hukum empiris (yuridis empiris). Penelitian empiris yaitu penelitian hukum dengan cara pendekatan fakta yang ada dengan jalan mengadakan pengamatan dan penelitian di lapangan kemudian dikaji dan ditelaah berdasarkan peraturan perundang-undangan dan hukum islam (masalah mursalah) yang terkait sebagai acuan untuk memecahkan masalah.³⁹ Yang dimana di dalam penelitian ini peneliti melakukan penelitian di Indomaret Desa Gampingan Kecamatan Pagak Kabupaten Malang kemudian peneliti mengkajinya dengan

³⁸ Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2003), 1.

³⁹ Ronny Hanitijo Soemitro, *Metode Penelitian Hukum dan Jurumetri*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1998), 52.

peraturan yang telah ada, yaitu Undang-undang no 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Masalah Mursalah.

B. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian menurut Bahder John Nasution merupakan sebuah persoalan yang berhubungan dengan cara seseorang meninjau dan menghampiri persoalan tersebut sesuai dengan disiplin ilmunya.⁴⁰ Sebagai upaya melihat permasalahan yang diteliti oleh peneliti menggunakan pendekatan Yuridis Sosiologis.

Menurut Soejono Soekanto yang dimaksud pendekatan Yuridis Sosiologis adalah bahwasanya suatu sistem hukum merupakan pencerminan dari sistem social oleh karena itu suatu hukum akan berlaku apabila hukum tersebut terbentuk melalui prosedur-prosedur tertentu dan oleh lembaga-lembaga tertentu serta hukum tersebut dapat dipaksakan berlakunya terhadap masyarakat yang terkena oleh hukum tersebut.⁴¹

Pendekatan Yuridis Sosiologis terhadap hukum dapat dilakukan dengan cara:⁴²

1. Mengidentifikasi masalah social secara tepat agar dapat menyusun hukum formal yang tepat untuk mengaturnya. Dari penelitian ini dapat diperoleh bahwasanya masih banyak konsumen yang tidak mengetahui adanya klasula baku pada produk promo di Indomaret

⁴⁰ Bahder John Nasution, *Metode Penelitian Ilmu Hukum*, (Bandung: Mandar Maju, 2008), 126

⁴¹ Soejono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jakarta: UI-Press, 1986), 151

⁴² Bahder John Nasution, *Metode Penelitian Ilmu Hukum*, (Bandung: Mandar Maju, 2008), 130

2. Memahami respon konsumen terhadap klausula baku pada produk promo di Indomaret yang letaknya sulit terlihat dan sukar dipahami. Sesuai dengan penelitian ini bahwasanya banyak sekali konsumen yang tidak melihat adanya klausula baku tersebut karena tulisannya yang kecil dan bahasanya sulit dipahami.

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang dipilih oleh peneliti bertempat di Indomaret Desa Gampingan. Indomaret ini berada di Desa Gampingan Kecamatan Pagak Kabupaten Malang. Alasan peneliti memilih tempat ini karena Indomaret Desa Gampingan baru diresmikan tahun 2016 dan masyarakatnya belum terlalu memahami tentang klausula baku produk promo di Indomaret.

D. Jenis dan Sumber Data

Menurut Soejono Soekanto sumber data dibagi menjadi tiga yaitu, sumber data primer yakni data yang diperoleh secara langsung dari masyarakat, sumber data sekunder yakni dari bahan pustaka, dan sumber data tersier yakni bahan yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap data primer dan data sekunder diantaranya kamus dan ensiklopedia.⁴³

Adapun data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

⁴³ Soejono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jakarta: UI Press, 1948), 49-50

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya atau sumber data pertama dimana sebuah data dihasilkan. Pada penelitian yang dilakukan ini yang akan dijadikan sebagai data primer adalah data mengenai pemahaman dan pandangan konsumen Indomaret terhadap klausula baku pada produk promo. Data ini diperoleh secara langsung dengan melakukan wawancara kepada informan yang dianggap relevan dengan masalah penelitian.

2. Data sekunder

Merupakan sumber data yang membantu memberikan keterangan atau pelengkap sebagai bahan pembanding. Yakni dari data dokumen dan bahan pustaka (seperti beberapa literature buku), Undang-undang Nomor 08 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, serta dari jurnal maupun website yang berhubungan dengan obyek penelitian. Sumber data sekunder dari literatur buku dan penelitian-penelitian mutakhir terkait dengan teori *Maslahah Mursalah*.

3. Data Tersier

Selain dari dua data tersebut di atas, peneliti juga membutuhkan data tersier yang terkait dengan obyek penelitian, seperti kamus hukum dan kamus besar bahasa

Indonesia serta kamus bahasa Arab.⁴⁴ Sumber data tersier adalah sumber data penunjang, mencakup bahan-bahan yang memberikan penjelasan terhadap sumber data primer dan sumber data sekunder, yang dalam hal ini meliputi kamus dan ensiklopedi.⁴⁵

E. Metode Pengumpulan Data

Sebagai upaya dalam mengumpulkan data-data yang relevan dengan penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, diantaranya dengan menggunakan wawancara dan dokumentasi untuk mengumpulkan data primer serta kajian kepustakaan (*bibliography research*) untuk mendapatkan data sedunder yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Wawancara (*Interview*)

Wawancara merupakan suatu bentuk komunikasi verbal. Jadi semacam suatu percakapan yang bertujuan memperoleh informasi.⁴⁶ Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode wawancara bebas terpimpin, artinya penulis diharuskan mempunyai daftar pertanyaan sebelum wawancara. Tujuan dari daftar wawancara pertanyaan ini adalah mengarahkan jalannya wawancara agar tetap terfokus pada persoalan yang akan diteliti. Namun demikian peneliti juga diperbolehkan untuk mengajukan pertanyaan lain di luar daftar

⁴⁴Zainuddin, Ali. *Metode Penelitian Hukum*, 106

⁴⁵Bambang Sunggono, *Metodologi Penelitian Hukum*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004), 24

⁴⁶Burhan Ashshofa, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), 59.

yang dibuat ketika dirasa perlu mengeksplorasi pandangan informan.⁴⁷ Dalam hal ini wawancara dilakukan kepada Kepala Toko atau Karyawan Indomaret serta konsumen Indomaret.

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sebuah upaya pengumpulan data dengan jalan melihat dokumen yang ada pada subyek atau lokasi pengamatan. Di dalam melaksanakan dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti majalah, dokumen, peraturan-peraturan dan lain-lain. Sebagai bahan untuk menganalisis, peneliti sangat membutuhkan dokumen terkait tentang Klausula Baku, terlebih mengenai UU Perlindungan Konsumen dan peraturan-peraturan yang terkait didalamnya.

3. Studi kepustakaan (*bibliography research*)

Studi kepustakaan merupakan sebuah metode pengumpulan data dengan jalan menelusuri dan membaca literature yang berkaitan dengan penelitian. Dalam hal ini peneliti mencoba mengumpulkan literature di perpustakaan berupa buku, penelitian terdahulu maupun tulisan di surat kabar yang berkaitan dengan klausula baku produk promo di Indomaret.

⁴⁷ Kartini Kartono, Pengantar Metodologi Riset Sosial, (Bandung: Mandar Jaya, 1990), 36

F. Metode Pengolahan Data

Setelah data diproses dengan proses di atas, maka tahap selanjutnya adalah pengolahan data. Dan agar menghindari banyak kesalahan dan mempermudah pemahaman maka peneliti dalam menyusun penelitian ini akan melakukan beberapa upaya diantaranya adalah sebagai berikut:

1. *Editing*

Editing merupakan proses yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan cara memeriksa kembali catatan, berkas, informasi, dari hasil wawancara dengan pihak Indomaret dan konsumen maupun dokumentasi terutama dalam hal kelengkapan, kesesuaian, kejelasan makna serta relevansinya dengan penelitian yang akan dilakukan.

2. *Classifying*

Classifying adalah proses klasifikasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah proses reduksi data dan pengelompokan. Data yang dipilih untuk dianalisis dalam penelitian ini hanyalah data yang berhubungan Klausula baku produk promo Indomaret. Selanjutnya data tersebut diklasifikasikan dalam beberapa jenis seperti pemahaman konsumen terhadap klausula baku produk promo dan respon konsumen terhadap pemberlakuan klausula baku pada produk promo di Indomaret.

3. *Analizing*

Proses selanjutnya yakni menganalisis data-data yang sudah terkumpul dari proses pengumpulan data yaitu melalui wawancara dan dengan sumber datanya seperti Undang-undang, buku-buku, kitab-kitab, jurnal dan lain sebagainya untuk memperoleh hasil yang lebih efisien dan sempurna sesuai dengan yang peneliti harapkan.

Metode analisis yang digunakan peneliti adalah deskriptif kualitatif, yaitu analisis yang menggambarkan keadaan atau status fenomena dengan kata-kata atau kalimat, kemudian dipisahkan menurut kategori untuk memperoleh kesimpulan.⁴⁸

4. *Concluding*

Langkah terakhir setelah dilakukan analisis adalah penarikan kesimpulan berdasarkan realita pada Indomaret desa Gampingan dan teori yang dipaparkan sebelumnya, dengan tujuan untuk mendapatkan suatu jawaban dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

⁴⁸ LKP2M, *Research Book For LKP2M*, (Malang: Universitas Islam Negeri Malang, 2005), 60

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Lokasi dan Responden

1. Profil Singkat Indomaret desa Gampingan Kecamatan Pagak Kabupaten Malang

Indomaret merupakan jaringan minimarket yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari dengan luas area penjualan kurang dari 200 m². Toko pertama dibuka di Ancol, Jakarta Utara, pada tahun 1988, dikelola oleh PT. Indomarco Prismatama. Tahun 1997 perusahaan mengembangkan bisnis gerai waralaba pertama di Indonesia, setelah memiliki lebih dari 230 gerai. Jumlah gerai hingga tahun 2015 adalah 11.400 gerai dengan rincian 60% gerai adalah milik sendiri dan sisanya waralaba milik masyarakat. Sampai dengan awal tahun 2016, jumlah gerai sebanyak 12.100 toko. Mitra usaha waralaba ini meliputi: koperasi, badan usaha dan perorangan. Indomaret terdapat di kota-kota di Jabodetabek, Sumatera, Jawa, Madura, Bali, Lombok, Kalimantan dan Sulawesi. Motto perusahaan adalah "mudah dan hemat".⁴⁹

Seiring perkembangan era globalisasi perkembangan bisnis ritel tidak hanya ditemukan di Negara maju saja tetapi juga mulai diikuti oleh banyak Negara berkembang. Bisnis retail di Indonesia berkembang pesat

⁴⁹ <https://id.wikipedia.org/wiki/Indomaret> diakses pada tanggal 28 desember 2016

sehingga persaingan dalam dunia bisnis retail di Indonesia semakin besar. Hal ini dapat kita lihat dengan banyaknya usaha retail yang saling bersaing untuk menarik konsumen sebanyak mungkin dalam bisnisnya. Begitu juga yang terjadi di perusahaan PT.Indomarco Prismatama yang perusahaannya bergerak dalam bidang retail yang memiliki nama toko Indomaret.

Sebagaimana dipaparkan sebelumnya, indomaret desa Gampingan yang diresmikan pada 26 Februari 2016 ini memiliki 6 karyawan yang bekerja dengan sistem bergantian atau *shift*. Sejauh pengamatan yang dilakukan peneliti, mereka termasuk karyawan yang terbuka dan ramah pada pengunjung maupun peneliti, sehingga tidak susah mendapatkan informasi terkait penelitian ini. Beberapa karyawan yang menjadi informan dalam penelitian ini antara lain asisten kepala toko, pramuniaga serta kasir. Lebih jauh peneliti akan memaparkan secara singkat profil mereka pada table dibawah ini :

No.	Nama	Usia	Jabatan	Alamat
1	Muhajir	32 th	Asisten Kepala	Desa Sembon, Kecamatan Ngajum Malang
2	Syahrul A.	28 th	Pramuniaga	Jl. Raya Gampingan Desa Gampingan
3	Novita Sari	24 th	Kasir	Jl. Cempoko Mulyo Kepanjen

2. Profil singkat Konsumen Indomaret desa Gampingan Kecamatan Pagak Kabupaten Malang

Kecamatan Pagak termasuk wilayah Malang Selatan. Kecamatan yang terletak di Malang Selatan ini merupakan daerah pegunungan yang berkapur. Dengan letak geografis yang berbatasan dengan Kecamatan Kepanjen sebelah utara, Kecamatan Kalipare sebelah barat, Kecamatan Donomulyo sebelah selatan dan Kecamatan Bantur sebelah timur. Desa Gampingan merupakan salah satu desa dari delapan desa yang terdapat di Kecamatan Pagak Kabupaten Malang, sebelah selatan desa ini berbatasan dengan Desa Bendo, sebelah utara dan sebelah barat berbatasan dengan Desa Sengguruh, dan sebelah timur berbatasan dengan Desa Bekur. Adapun Desa Gampingan ini terdiri dari 11 RT dan 9 RW.

Penduduk desa Gampingan Kecamatan Pagak sebagian besar bermata pencaharian sebagai buruh pabrik kardus dan karyawan toko. Hal ini didorong oleh factor lokasi desa yang dekat dengan pabrik dan pasar serta tingkat pendidikan masyarakat yang mayoritas hanya sampai setingkat SMP. Dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka sebagian besar berbelanja di pasar tradisional yang terletak kurang dari 1 km dari lokasi tempat tinggal mereka, namun banyak pula masyarakat desa ini yang saat ini lebih memilih berbelanja di Indomaret yang lokasinya lebih dekat.

Sebagian besar konsumen indomaret ini adalah mereka yang tinggal di sekitar indomaret dengan radius kurang lebih 100 hingga 700

meter dari toko. Namun banyak pula masyarakat dari luar daerah atau desa gampingan sendiri yang bertempat tinggal jauh dari toko, hanya saja kuantitas mereka berbelanja di indomaret ini termasuk dalam kategori kurang atau jarang.

Oleh karenanya peneliti kemudian menyeleksi beberapa konsumen indomaret desa gampingan yang memiliki kuantitas lebih sering atau sering sekali berbelanja di indomaret sebagai informan pokok dalam penelitian ini. Sebagaimana disinggung sebelumnya, konsumen indomaret yang menjadi informan dalam penelitian ini berjumlah tujuh orang yang didominasi oleh perempuan. Sebagai upaya mempermudah pemetaan konsumen, berikut dipaparkan beberapa informan dalam bentuk tabel beserta profil singkatnya sebagai berikut:

No.	Nama	Usia	Alamat	Kuantitas belanja
1	Didik P.	45 th	Gampingan	Sering
2	Novita nur fitria	34 th	Gampingan	Sering
3	Latifah	47 th	Gampingan	Sering
4	Buasan	45 th	Gampingan	Sering
5	Hj. Rizkia	40 th	Gampingan	Sering sekali
6	Hj. Maidah	42 th	Gampingan	Sering sekali
7	Yuni	38 th	Gampingan	Sering sekali

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwasanya konsumen indomaret desa gampingan ini didominasi oleh masyarakat desa gampingan yang berdomisili di sekitar indomaret dan berusia antara 30 – 47 tahun. Adapun menurut kuantitasnya empat dari tujuh konsumen tersebut menyatakan sering berbelanja di indomaret ini dengan kuantitas

sekitar 2 – 3 kali seminggu tergantung kebutuhan. Sedangkan tiga sisanya menyatakan sering sekali berbelanja di indomaret dengan kuantitas belanja 1 – 2 kali dalam sehari.

B. Respon Konsumen Indomaret Desa Gampingan terhadap Klausula Baku Produk Promo Indomaret

Menurut *Kamus Besar Ilmu Pengetahuan* disebutkan bahwa “ Respon adalah reaksi psikologis-metabolik terhadap tibanya suatu rangsang; ada yang bersifat otonomis seperti refleks emosional langsung, ada pula yang bersifat terkendali.⁵⁰ Menurut Djalaludin Rakhmat, respon adalah suatu kegiatan (*activity*) dari organisme itu bukanlah semata-mata suatu gerakan yang positif, setiap jenis kegiatan (*activity*) yang ditimbulkan oleh suatu perangsang dapat juga disebut respon. Secara umum respon atau tanggapan dapat diartikan sebagai hasil atau kesan yang didapat (ditinggal) dari pengamatan tentang subjek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan-pesan.⁵¹

Respon itu bermula dari adanya suatu tindakan pengamatan yang menghasilkan suatu kesan sehingga menjadi kesadaran yang dapat dikembangkan pada masa sekarang atau pun menjadi antisipasi pada masa yang akan datang. Jadi jelaslah bahwa pengamatan merupakan modal dasar

⁵⁰Save, D. Dogun, *Kamus Ilmu Pengetahuan* (Jakarta: Lembaga Pengkajian da Kebudayaan Nusantara, 1997), Cet. Ke-1, 964

⁵¹ Jalaludin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya. 1999), 51

dari respon, sedangkan modal dari pengamatan adalah alat indera yang meliputi penglihatan dan penginderaan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap beberapa responden maka dapat ditemukan beberapa informasi, di antaranya terkait dengan kuantitas belanja konsumen, pengetahuan konsumen mengenai klausula baku produk promo indomaret serta respon yang diberikan terhadap promo tersebut.

Responden merupakan bagian dari anggota masyarakat desa Gampingan kecamatan Pagak kabupaten Malang yang pernah bahkan sering berbelanja di indomaret, hal ini dapat dibuktikan dengan data yang diperoleh melalui wawancara terhadap Hj. Rizkiyah yang mengemukakan pernyataan sebagai berikut ketika ditanya mengenai kuantitas berbelanja di indomaret :

*“iya mbak saya pernah berbelanja di indomaret bahkan sangat sering sekali”*⁵²

Data ini juga diperkuat oleh beberapa responden yang lain, di antaranya adalah Bapak Buasan yang memaparkan sebagai berikut :

*“saya sering mbak belanja di indomaret bisa dikatakan seminggu sekali saya pasti pernah berbelanja disana”*⁵³

⁵² Rizkiyah, wawancara, (Malang, 19 Maret 2017)

⁵³ Buasan, wawancara, (Malang, 19Maret 2017)

Seringnya masyarakat berbelanja di indomaret sebagaimana uraian di atas tentunya ada suatu alasan tertentu yang mereka anggap lebih baik. Beberapa dari mereka merasakan kenyamanan karena kualitas barang yang dianggap bagus dan lebih terjaga jika dibandingkan dengan toko tradisoanl. Hal ini dibuktikan dari hasil jawaban responden melalui metode wawancara sebagai berikut:

“karena kualitas barangnya bagus mbk, meskipun harganya sedikit lebih mahal dari toko-toko kecil. Tapi biasanya yo onok promo ngunu iku mbk”⁵⁴

Hal ini juga dipertegas oleh informan lain yang memberikan statemen lain atas kelebihan indomaret yang lengkapnya produk dan keramahan yang diberikan oleh karyawan toko,hal ini dapat dilihat melalui hasil wawancara berikut:

”Tempat e nyaman mbk kalau di Indomaret, produknya juga lengkap, karyawannya juga ramah-ramah kalau di Indomaret”⁵⁵

Demikian juga informan yang lain, yang mayoritas memilih berbelanja disini karena lokasi yang lebih dekat dengan tempat tinggal serta adanya kelengkapan produk yang menjadikan konsumen dapat melakukan *one stop shopping* tanpa harus berpindah ke banyak toko. Hal ini sesuai dengan pernyataan ibu Latifah sebagai berikut:

“Dekat rumah mbk, dan mau cari barang apa saja mesti ada kalau di Indomaret jadi gak perlu muter-muter pindah toko. Sering ada promo-

⁵⁴ Yuni, wawancara, (malang, 19 maret 2017)

⁵⁵ Maidah, wawancara, (Malang, 19 maret 2017)

*promo sembako juga mbk kayak minyak goreng, terus kebutuhan rumah tangga lainnya”.*⁵⁶

Berdasarkan pernyataan beberapa konsumen tersebut dapat diketahui pula bahwasanya kebanyakan dari mereka memperhatikan adanya produk promo yang diberikan indomaret melalui brosur dan pamphlet harga murah yang dipajang di depan toko. Penggunaan brosur promosi untuk menawarkan produk barang dan/atau jasa terbukti efektif dan ampuh menarik konsumen, selain mengenai harga promo, isi brosur juga mencakup berbagai ketentuan dan persyaratan yang harus dipenuhi oleh calon pembeli. Kebanyakan ketentuan dan persyaratan dalam brosur yang dibuat oleh pihak perusahaan digolongkan sebagai klausula baku

Pada dasarnya klausula baku tidak dilarang untuk dicantumkan dalam brosur promosi, sepanjang dicantumkan dengan jelas, benar dan jujur serta tidak bermaksud untuk merugikan konsumen. Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara kepada beberapa konsumen Indomaret untuk mendapatkan data yang diperlukan mengenai pemberlakuan klausula baku pada brosur promosi di Indomaret. Berikut ini adalah hasil wawancara dengan salah satu konsumen setia Indomaret.

1. Didik P

Bapak didik adalah salah satu konsumen Indomaret yang berusia 45 tahun tinggal 100 meter dari Indomaret desa Gampingan. Beliau memilih

⁵⁶ Latifah, *wawancara*, (Malang, 19 maret 2017)

berbelanja di Indomaret karena tempatnya nyaman, pelayanannya ramah, beliau mengetahui promo di Indomaret dan juga sering mengikuti promo” tersebut. Dengan adanya tulisan klausula baku yang kecil pada produk promo tersebut belum cukup memberikan pemahaman, akan tetapi beliau tidak merasa dirugikan karena oleh karyawan sudah disosialisasikan terlebih dahulu tentang isi klausula baku tersebut.

Hal ini sesuai dengan pernyataan bapak Didik sebagai berikut :

“Tulisannya kecil mbk gak bisa dibaca, tapi biasanya sama karyawan diberi tahu kalau mau dapat harga promo itu harus belanja 50ribu dulu”⁵⁷

2. Ibu Novi Nurfitriia

Ibu Novi adalah seorang konsumen Indomaret yang berusia 47 tahun tinggal 100m dari Indomaret desa Gampingan, menurut ibu Novi beliau sering berbrlanja di Indomaret dikarenakan tempatnya nyaman, produknya lengkap, dan karyawannya ramah. Ibu Novi juga sering mengikuti promo di Indomaret namun pendapat beliau tentang klausula baku adalah mengganggu karena tulisannya kecil dan tidak ditulis secara jelas syarat dan ketentuannya jadi konsumen harus bertanya terlebih dahulu kepada karyawan syarat yang harus dipenuhi tersebut.

Hal ini sebagaimana ungkapan ibu novi sebagai berikut :

⁵⁷ Didik, *wawancara*, (Malang, 19 maret 2017)

“Mengganggu karena tulisannya kecil dan tidak detail mbk. Terkadang tidak diberitahukan macam syarat dan ketentuannya apa saja, jadi harus bertanya terlebih dahulu”⁵⁸

3. Ibu Latifah

Ibu Latifah adalah konsumen Indomaret yang berusia 34 tahun yang tinggal 50 meter dari Indomaret desa Gampingan, menurut ibu latifah bahwasanya klausula baku produk promo di Indomaret tulisannya terlalu kecil, namun karyawan Indomaret telah memberitahukan syarat yang harus dipenuhi. Hal ini sebagaimana ungkapan beliau sebagai berikut

“Pernah membaca tulisan kecilnya mbk, tapi yang paling sering pemberitahuan dari pegawai Indomaret. Tapi sebaiknya penulisannya agak besar, agar bisa dengan mudah dibaca ya mbk”⁵⁹

4. Bapak Buasan

Bapak Buasan adalah seorang konsumen yang berusia 45 tahun yang tinggal sekitar 100 meter dari Indomaret desa Gampingan, menurut bapak Buasan bahwasanya beliau tidak dapat membaca tulisan klausula baku namun ada sosialisasi dari karyawan Indomaret, sebagaimana pernyataannya sebagai berikut:

“Aku gak iso moco mbk, tapi biasane dikandani nek tepak onok promo. Diomongi pisan kudu belonjo seket ewu (50.000) disek”⁶⁰

⁵⁸ Novi Nurfitriya, wawancara, (Malang, 19 maret 2017)

⁵⁹ Latifah, wawancara, (Malang, 19 maret 2017)

⁶⁰ Buasan, wawancara, (Malang, 19 maret 2017)

5. Ibu Hj. Riskiyah

Hj. Riskiyah adalah seorang konsumen yang berusia 40 tahun yang tinggal 150 meter dari Indomaret, menurut ibu Riskiyah bahwasanya tulisan klausula baku pada produk promo kurang besar, dan beliau pernah ngerasa dirugikan saat berbelanja produk promo namun ternyata mendapat harga normal karena ternyata waktu promonya sudah tenggang. Hal ini sebagaimana pernyataannya sebagai berikut:

“Aku pernah belonjo promo tapi ternyata regone uwes normal mbk. Padahal bannere sek onok tapi aku gak ketok nang tulisan tanggal e goro-goro kecilikan. Tapi aku gak lapor maneh soale isin weddi aku seng disalahno polae teko awal gak moco tanggale”⁶¹

6. Ibu Hj. Maidah

Hj. Maidah adalah seorang konsumen yang berusia 42 tahun yang tinggal sekitar 100 meter dari Indomaret desa Gampingan. Menurut ibu Maidah tentang klausula baku bahwasanya beliau merasa takut berlanja barang yang sedang promosi karena takut tertipu dengan syarat-syarat yang tidak jabarkan secara jelas.

“Aku weddi kate jopok seng promo onok syarat e mbk. Weddi ketipu soale syarate gak disebutno mbk”⁶²

⁶¹ Riskiyah, wawancara, (Malang, 19 maret 2017)

⁶² Maidah, wawancara, (Malang, 19 maret 2017)

7. Ibu Yuni

Yuni adalah seorang konsumen yang berusia 38 tahun yang tinggal 50 meter dari Indomaret desa Gampingan. Menurut ibu Yuni tentang klausula baku bahwasanya beliau merasa klausula baku tulisannya terlalu kecil sampai hampir jarang terbaca oleh beliau.

“Tulisannya terlalu kecil mbk sampai jarang dibaca, sebenarnya dibesarkan sedikit agar ibu-ibu tidak sulit buat bacanya.”⁶³

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dipaparkan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwasanya pamflet, banner atau poster yang dibuat Indomaret untuk kepentingan pemasaran produk di dalamnya memuat klausula baku. Klausula baku ini bertujuan untuk memberikan persyaratan belanja kepada konsumen ketika konsumen hendak mendapatkan suatu produk dengan harga murah, namun tujuan tersebut pada kenyataanya tidak tersampaikan secara utuh kepada para konsumen dikarenakan penulisannya yang terlalu kecil dan letak penempatannya yang berada disudut. Hal ini menyebabkan respon yang beragam dari para konsumen. Sebagian besar dari mereka tidak membaca klausula baku tersebut sehingga menimbulkan kerugian bagi konsumen. Kerugian yang dimaksudkan dalam hal ini mencakup kerugian kecil seperti kesalahan dalam pengambilan barang belanja sampai kerugian yang cukup besar seperti tidak sampainya produk hadiah atau promo ke tangan konsumen.

⁶³ Yuni, wawancara, (Malang, 19 maret 2017)

C. Analisis respon konsumen terhadap klausula baku pada produk promo Indomaret perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Perjanjian baku adalah perjanjian yang hampir seluruh klausul-klausulnya dibakukan oleh pemakainya dan pihak yang lain pada dasarnya tidak mempunyai peluang untuk merundingkan atau meminta perubahan.⁶⁴ Perjanjian baku yang selanjutnya disebut sebagai klausula baku, diadakan dengan maksud untuk mencapai tujuan efisiensi, kepastian dan lebih bersifat praktis meskipun kadang-kadang mengandung faktor negatif, karena dapat merugikan pihak lain yaitu pihak konsumen yang lemah.

Perjanjian yang mengandung klausula baku telah menjadi bagian dalam setiap hubungan hukum dalam masyarakat. Keberadaan klausula baku dalam perjanjian didasarkan pada asas kebebasan berkontrak dalam pasal 1388 ayat 1 KUH Perdata. Hakekat adanya klausula baku dalam perjanjian tidak lain adalah pembagian resiko yang sesuai, meskipun dalam praktiknya makna klausula baku sering disalahgunakan oleh mereka yang memiliki dominasi ekonomi yang tidak hanya untuk membebaskan diri dari beban tanggung jawab berlebihan, tetapi juga sampai pada penghapusan tanggung jawab.

⁶⁴ Sutan Remy Sjahdeni, *Kebebasan Berkontrak dan Perlindungan yang Seimbang Bagi Para Pihak dalam Perjanjian Kredit di Indonesia*, (Jakarta: Institut Bankir Indonesia, 1994), 66

Karena itu sebagai upaya perlindungan konsumen, perlu adanya pembatasan terhadap penggunaan klausula baku dalam setiap kontrak perjanjian.⁶⁵

Urgensi adanya klausula baku diakui oleh beberapa karyawan indomaret dapat menjadi magnet tersendiri bagi pengunjung. Menurut mereka dengan adanya promo dapat menjadi pasaran utama dalam penawaran produk, namun ketentuan dan syarat ditulis dalam bentuk kecil agar tidak membunuh minat pembeli. Jika klausula baku ditulis dalam bentuk tulisan yang lebih besar, maka besar pula kemungkinannya konsumen tidak tertarik pada promo yang ditawarkan oleh Indomaret.

Hal ini senada dengan pernyataan yang disampaikan oleh karyawan indomaret desa Gampingan sebagai berikut:

1. Muhajir

Muhajir merupakan asisten kepala toko Indomaret Desa Gampingan yang berusia 32 tahun. Dia tinggal di desa Sembin Kecamatan Ngajum Kabupaten Malang. Menurut pendapat muhajir klausula baku ditulis dalam bentuk kecil agar menarik minat para pembeli tanpa memberi kesempatan untuk mempertimbangkan adanya syarat dan ketentuan. Konsekuensi dari penulisan yang kecil tersebut adalah kerja ekstra karyawan yang harus menjelaskan ketentuan promo pada setiap konsumen yang berbelanja sehingga mereka dapat memahami syarat dan ketentuan tanpa harus membaca ulang.

⁶⁵ Burhanuddin, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen*, (Malang: UIN Maliki Press, 2011), 23

Hal ini sebagaimana pernyataanya dalam wawancara sebagai berikut:

*“Agar promonya lebih menarik konsumen, dengan catatan karyawan toko wajib menjelaskan mekanismenya terhadap konsumen”*⁶⁶

2. Syahrul Anam

Syahrul merupakan pramuniaga Indomaret desa Gampingan yang berusia 28 tahun. Dia tinggal di jalan raya Gampingan desa Gampingan kecamatan Pagak. Menurut pendapat Syahrul anam adanya promo dapat menarik konsumen untuk berbelanja produk yang lain sesuai promo meskipun sebelumnya ia datang ke Indomaret bukan untuk berbelanja barang tersebut.

Hal ini diungkapkannya dalam uraian sebagai berikut:

*“supaya konsumen tertarik berbelanja produk lain”*⁶⁷

3. Novita sari

Novitasari merupakan kasir di Indomaret desa Gampingan yang berusia 24 tahun. Dia tinggal di jalan Locari desa Cepokomulyo kecamatan Kepanjen Malang. Menurut Novitasari adanya promo dapat menarik minat pelanggan terutama jika harga promo dibesarkan.

Hal ini sebagaimana diungkapkannya sebagai berikut:

*“Untuk menarik pelanggan, terkadang pelanggan tertarik dengan harga murah. Terutama saat penulisan harga promonya besar”*⁶⁸

⁶⁶ Muhajir, wawancara, (Malang, 19 maret 2017)

⁶⁷ Syahrul Anam, wawancara, (Malang, 19 maret 2017)

Berdasarkan wawancara tersebut dapat difahami bahwasanya penulisan promo dan klausula baku dalam bentuk penulisan tertentu (ukuran sangat kecil) memang memiliki maksud tertentu, yakni untuk lebih menarik minat para konsumen tanpa membebani dengan syarat. Apabila syarat dan ketentuan ditulis dalam bentuk besar, dimungkinkan pelanggan akan mengurungkan kembali niatnya untuk berbelanja produk.

Pencantuman klausula baku pada dasarnya tidak dilarang. Tujuan dibuat klausula baku adalah untuk memberikan kemudahan bagi para pihak yang akan melakukan suatu perjanjian. Namun sebagai upaya perlindungan konsumen, perlu adanya pembatasan terhadap penggunaan klausula baku dalam setiap kontrak perjanjian yang telah tercantum pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 18 ayat 2 Tentang Ketentuan Pencantuman Klausula Baku.

“Pelaku usaha dilarang mencantumkan klausula baku yang letak atau bentuknya sulit terlihat atau tidak dapat dibaca secara jelas, atau yang pengungkapannya sulit dimengerti”

Dari hasil Bahwa sebagian besar para konsumen Indomaret yang rata-rata usianya berkisar antara 30 - 47 tahun mengeluh dengan adanya pencantuman klausula baku dengan tulisan kecil dimana pencantuman dengan huruf kecil menyulitkan para konsumen ketika membacanya, bahkan tidak dapat terbaca karena penglihatan para konsumen yang

⁶⁸ Novita Sari, wawancara, (Malang, 19 maret 2017)

kurang. Disamping itu peletakan klausula baku yang tidak menonjol atau tidak diletakkan pada tempat yang mudah dibaca menyebabkan tulisan klausula baku terabaikan dan tidak dibaca. Hal ini secara tidak langsung telah menyalahkan gunakan undang-undang yang diatur dalam ketentuan pencantuman klausula baku pasal 18 ayat (3) menyatakan:

“Setiap klausula baku yang telah ditetapkan oleh pelaku usaha pada dokumen atau perjanjian yang memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) dinyatakan batal demi hukum”.

Berdasarkan undang-undang diatas dimana jika pelaku usaha dalam menjalankan usahanya dengan ketentuan yang telah tercantum dalam ayat (2) yang berbunyi: “Pelaku usaha dilarang mencantumkan klausula baku yang letak atau bentuknya sulit terlihat atau tidak dapat dibaca secara jelas, atau yang pengungkapannya sulit dimengerti” maka dinyatakan batal demi hukum dan harus menyesuaikan ketentuan pencantuman klausula baku yang tepat menurut undang-undang yang berlaku sesuai pasal 4 yang berbunyi “pelaku usaha wajib menyesuaikan klausula baku yang bertentangan dengan undang-undang”.

D. Analisis respon konsumen terhadap klausula baku pada produk promo Indomaret perseptif Mashlahah Mursalah

Maslahah Mursalah menurut istilah terdiri dari dua kata, yaitu *masalahah* dan *mursalah*. Kata *masalahah* menurut bahasa berarti “manfaat”, dan kata *mursalah* berarti “lepas”. Gabungan dari dua kata tersebut yaitu *masalahah mursalah* menurut istilah, seperti dikemukakan Abdul-Wahab Khallaf, berarti “sesuatu yang dianggap maslahat namun tidak ada ketegasan hukum untuk merealisasikannya dan tidak pula ada dalil tertentu baik yang mendukung maupun menolaknya”, sehingga ia disebut *masalahah mursalah*⁶⁹

Berdasarkan definisi ini tampak bahwa *masalahah mursalah* merupakan kemaslahatan yang sejalan dengan apa yang terdapat didalam nash, tetapi tidak ada nash secara khusus yang memerintahkan dan melarang untuk mewujudkannya. Bukti bahwa kemaslahatan ini sejalan dengan nash dapat dilihat dari sekumpulan nash (ayat atau hadits) dan makna yang dikandungnya. Dengan demikian, *masalahah mursalah* ini sejalan dengan tujuan syara’ sehingga dapat dijadikan sebagai dasar pijakan dalam mewujudkan kemaslahatan yang dibutuhkan manusia dan menghindarkan mereka dari kemudharatan.⁷⁰

Konsep *Maslahah Mursalah* mendeskripsikan bahwa walaupun tidak pernah disinggung secara terang-terangan dalam nash, sesuatu yang dianggap sebagai sebuah kemaslahatan bagi manusia, maka sesuatu itu disahkan dan

⁶⁹ Satria Efendi, *Ushul Fiqh*, (Jakarta: Kencana, 2005), 148-149.

⁷⁰ Amir Syarifuddin, *Ushul Fiqh*, (Jakarta : Zikrul Media Intelektual, 2004) , 87

bisa menjadi produk hukum islam yang harus dilaksanakan oleh segenap umat. Kemaslahatan segala umat ini tidak dapat dirasakan bagi para konsumen Indomaret, dimana para konsumen merasa dirugikan atas pelayanan yang disediakan pihak Indomaret terkait peletakan dan penulisan klausula baku. Adanya klausula baku pada produk promo di Indomaret yang bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi para pihak yang akan melakukan suatu perjanjian.

Kebalikan dari *mashlahah* adalah *mafsadah*, mafsadah adalah hal yang harus dihindari menurut konsep al-maslahah. Mafsadah yang timbul dalam hal ini adalah tidak adanya pelayanan secara baik dari pelaku usaha yaitu pihak Indomaret, kepada konsumen mengenai pencantuman klausula baku dengan huruf kecil dan letak yang tidak strategis. Hal ini sedikit banyak dapat menjadi pengabaian hak konsumen karena tidak sesuai dengan asas perlindungan konsumen.

Perlindungan konsumen pada hakikatnya diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional, yaitu:

- a. Asas manfaat yang dimaksudkan untuk mengamankan bahwa segala upaya dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.

- b. Asas keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil
- c. Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dalam arti materiil dan spiritual.
- d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi dan digunakan.
- e. Asas kepastian hukum dimaksudkan agar pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen, serta Negara menjamin kepastian hukum⁷¹.

Apabila diperhatikan substansinya, kelima asas yang disebutkan dalam pasal 2 Undang-undang perlindungan konsumen demikian pula penjelasannya, asas kemudian dapat dibagi menjadi 3 bagian yaitu:

- a. Asas kemanfaatan yang di dalamnya meliputi asas keamanan dan keselamatan konsumen,
- b. Asas keadilan yang di dalamnya meliputi asas keseimbangan dan

⁷¹ Undang-undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

c. Asas kepastian hukum⁷²

Berdasarkan pemaparan kelima asas diatas yang telah terangkum dalam ketiga asas yaitu asas kemanfaatan, asas keadilan dan asas kepastian hukum. pelaku usaha dalam menjalankan peran pelayanan pemberian klausau baku yang menyalahi aturan perundang-undangan perlindungan konsumen, secara tidak langsung juga telah menyalahi ketiga asas yang telah dipaparkan. Adapun penjelasan statemen penulis dalam hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Asas kemanfaatan, para konsumen tidak dapat merasakan manfaat dari pemberian klausula baku, dikarenakan penulisannya yang sangat kecil menyebabkan konsumen lalai membaca atau mengabaikannya sehingga konsumen tidak memahami syarat dan ketentuan dalam berbelanja yang menjadi tujuan adanya klausula baku ini.
- b. Asas keadilan, yang didalamnya mencakup asas keseimbangan. Para konsumen merasakan ketidakadilan karena pencantuman syarat dan ketentuan dapat dikatakan tidak berimbang, yakni dengan memberikan ketentuan belanja secara sepihak. Para konsumen dianggap menyetujui syarat yang diberikan pihak indomaret ketika konsumen masuk toko dan melakukan transaksi di pasar ini, padahal pada prinsipnya bai' dalam Islam haruslah berasal dari kesepakatan dua belah pihak dan berisi keridloan dua belah pihak. Para konsumen mayoritas menyatakan ridlo atau rela dengan persyaratan tersebut

⁷² Ahmadi miru dan sutarman yodo, *Hukum perlindungan konsumen*, (Jakarta: Grafindo Persada, 2004), 26

karena sudah terlanjur berbelanja atau karena model yang demikian ini dianggap sebagai bentuk transaksi yang saat ini wajar terjadi.

- c. Asas kepastian hukum, dimana pihak pelaku hukum telah menyalahi peraturan perundangan perlindungan konsumen yang menyebabkan kerugian yang dirasakan oleh pihak konsumen.

Ketidaksesuaian klausula baku terhadap asas-asas perlindungan konsumen di atas tentunya dapat dilihat menjadi sebuah kemadharatan yang berlaku bagi khalayak umum selaku konsumen. Artinya adanya klausula baku yang demikian hanya menguntungkan salah satu pihak atau golongan tertentu, sehingga dapat dikatakan bahwa klausula baku yang demikian bersifat mashlahah secara khas saja, tidak mencakup mashlahah yang umum (*ammah*). Keberadaan mashlahah yang demikian ini perlu ditinjau lebih jauh lagi hukumnya agar dikemudian hari tidak menimbulkan kerugian yang semakin besar. Oleh karenanya perlu kiranya kajian ini kemudian diperdalam menggunakan mashlahah mursalah.

Abdul wahab khallaf menetapkan tiga syarat utama untuk masalah mursalah sebagai hujjah (sumber hukum). Syarat ini ditetapkan agar tidak terjadi tindakan-tindakan membuat hukum dengan hawa nafsu dan keinginan sempit semata yang mengatasnamakan masalah mursalah. Adapun syarat yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Harus benar-benar membuahakan masalah atau tidak didasarkan dengan mengada-ada. Maksudnya adalah agar bisa diwujudkan pembentukan hukum tentang masalah atau peristiwa yang melahirkan kemanfaatan atau menolak kemudaratan
2. Masalah itu sifatnya umum, bukan bersifat perorangan. Maksudnya ialah, bahwa dalam kaitannya dengan pembentukan hukum atas suatu kejadian atau masalah dapat melahirkan kemanfaatan bagi kebanyakan umat manusia yang benar-benar dapat terwujud atau bisa menolak kemudaratan, atau tidak hanya mendatangkan kemanfaatan bagi seorang atau beberapa orang saja. Karena itu hukum tidak dapat disyari'atkan lantaran hanya membuahakan kemaslahatan secara khusus kepada pemimpin atau orang-orang tertentu dengan tidak menaruh perhatian kepada kemaslahatan umat.
3. Pembentukan hukum dengan mengambil kemaslahatan ini tidak berlawanan dengan tata hukum atau ketetapan nash dan ijma'. Karena itu tuntutan kemaslahatan untuk mempersamakan anak laki-laki dan wanita dalam pembagian hal waris, merupakan maslahat yang tidak bisa dibenarkan. Sebab maslahat yang demikian itu adalah batal.

Berdasarkan hasil wawancara dan penarikan kesimpulan atas respon serta telaah undang-undang maka dapat dikorelasikan persyaratan yang diberikan Abdul Wahab Khallaf terhadap penggunaan mashlahat mursalah sebagai hujjah sebagai berikut :

1. Fakta di lapangan mengenai adanya kemadharatan karena penulisan klausula baku dalam bentuk sangat kecil membutuhkan payung hukum mashlahah. Sehingga kemashlahatan yang dicari dalam hal ini bukanlah mashlahah yang diada-adakan.
2. Berdasarkan pertimbangan kedua pihak pelaku usaha sebagai konsumen dan produsen dapat diketahui bahwasanya klausula baku yang dibuat oleh indomaret selaku produsen merupakan bentuk ketentuan belanja yang menguntungkan pihak tertentu saja atau mashlahah yang bersifat khasah, sedangkan kebutuhan konsumen dalam hal ini adalah mashlahah yang bersifat lebih luas atau umum. Dalam hal ini maka pertimbangan yang dapat diberikan adalah mendahulukan kepentingan konsumen selaku kepentingan umum daripada kepentingan golongan.
3. Adanya penetapan atau pertimbangan kemashlahatan ini menurut penulis tidak bertentangan dengan hukum baik nash al-qur'an, sunnah maupun ijma'. Bahkan penarikan mashlahah dalam hal ini juga sejalan dengan undang-undang yang berlaku di Negara Indonesia.

Ketiga prinsip tersebut memberikan penguatan bahwasanya klausula baku yang tertulis dalam bentuk sangat kecil bertentangan dengan prinsip mashlahah. Oleh karenanya perlu adanya sebuah payung hukum yang melindungi kemashlahatan konsumen dalam hal ini. Menurut hemat penulis adanya transaksi yang merugikan konsumen seperti yang terjadi pada kasus ini

dapat dinyatakan batal demi hukum. hal ini didasarkan pada pertimbangan kemashlahatan amah dan kesesuaian prinsip jual beli secara syar'i.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan oleh peneliti di atas, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Beragam respon telah didapat dari para konsumen Indomaret terhadap klausula baku. Klausula baku yang ada pada pamflet, banner, atau poster yang dibuat Indomaret untuk kepentingan pemasaran produk promo ini bertujuan untuk memberikan persyaratan belanja kepada konsumen ketika konsumen hendak mendapatkan suatu produk dengan harga murah, namun tujuan tersebut pada kenyataannya tidak tersampaikan secara utuh kepada para konsumen dikarenakan penulisannya yang terlalu kecil dan letak penempatannya yang berada disudut. Sebagian besar dari mereka tidak membaca klausula baku tersebut sehingga menimbulkan kerugian bagi konsumen. Kerugian yang dimaksudkan dalam hal ini mencakup kerugian kecil seperti kesalahan dalam pengambilan barang belanja sampai kerugian yang cukup besar seperti tidak sampainya produk hadiah atau promo ke tangan konsumen.
2. Tinjauan undang-undang perlindungan konsumen terhadap pencantuman klausula baku pada dasarnya tidak dilarang. Tujuan dibuat klausula baku adalah untuk memberikan

kemudahan bagi para pihak yang akan melakukan suatu perjanjian. Namun sebagai upaya perlindungan konsumen, perlu adanya pembatasan terhadap penggunaan klausula baku dalam setiap kontrak perjanjian yang telah tercantum pada Undang-undang perlindungan konsumen Pasal 18 ayat 2 tentang Ketentuan Pencantuman Klausula Baku.

Menurut hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti dan telah dipaparkan pada sebelumnya. Bahwa sebagian besar para konsumen Indomaret yang rata-rata usianya berkisar antara 34-47 tahun mengeluh dengan adanya pencantuman klausula baku pada produk promo Indomaret dengan tulisan kecil dimana pencantuman dengan huruf kecil menyulitkan para konsumen ketika membacanya, bahkan tidak dapat terbaca karena penglihatan para konsumen yang kurang. Disamping itu peletakan klausula baku yang tidak menonjol atau tidak diletakkan pada tempat yang mudah dibaca menyebabkan tulisan klausula baku terabaikan dan tidak dibaca. Hal ini secara tidak langsung telah menyalahkan gunakan undang-undang yang diatur dalam ketentuan pencantuman klausula baku.

3. Respon konsumen mengenai pencantuman klausula produk promo Indomaret ditinjau dari segi *Maslahah Mursalah* terletak pada aspek asas perlindungan konsumen yaitu asas

kemanfaatan, asas keadilan dan asas kepastian hukum. Ketidaksesuaian klausula baku terhadap asas-asas perlindungan konsumen di atas tentunya dapat dilihat menjadi sebuah kemadharatan yang berlaku bagi khalayak umum selaku konsumen. Artinya adanya klausula baku yang demikian hanya menguntungkan salah satu pihak atau golongan tertentu, sehingga dapat dikatakan bahwa klausula baku yang demikian bersifat *mashlahah* secara khusus (*khas*) saja, tidak mencakup *mashlahah* yang umum (*ammah*). Keberadaan *mashlahah* yang demikian ini perlu ditinjau lebih jauh lagi hukumnya agar dikemudian hari tidak menimbulkan kerugian yang semakin besar. Sebagaimana *al-maslahah al-mursalah* adalah untuk mewujudkan kemaslahatan dan menghindari kerusakan (*jalb al-mashalih wadar'u al-mafasid*).

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah peneliti paparkan maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi konsumen Indomaret desa Gampingan kecamatan Pagak Malang pada khususnya, harus lebih membiasakan diri untuk terbiasa bertanya atau menyempatkan untuk membaca klausula baku, dan jika tidak dapat membaca secara jelas terhadap klausula baku produk promo maka jangan sungkan bertanya

pada karyawan yang bertugas, karena untuk menghindari hal-hal yang dapat merugikan bagi para konsumen sendiri.

2. Bagi Indomaret sebaiknya dibenahi cara penulisan klausula baku dengan baik dan benar agar tidak menimbulkan kerugian yang lebih banyak lagi. Meskipun sudah adanya sosialisasi namun besar kemungkinan tidak seluruh konsumen dapat terpantau karyawan yang bertugas.



DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Ali, Zainuddin, *Metode Penelitian Hukum*, Cet: III, Jakarta: Sinar Grafika, 2011.
- Amir, Syarifuddin, *Ushul Fiqh*, Jakarta : Zikrul Media Intelektual, 2004.
- Ashshofa, Burhan, *Metode Penelian Hukum*, Cet. VI, Jakarta: Rineka Cipta, 2010
- Burhanuddin, *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen*, Malang: UIN Maliki Press, 2011.
- Fakultas Syariah UIN Malang, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, Malang: Fakultas Syariah, 2012
- Efendi, Satria, *Ushul Fiqh*, Jakarta: Kencana, 2005.
- Farid, Nash, dan Abdul Aziz, *Qawa'I Fiqhiyyah*, Jakarta: Amzah, 2009.
- Fuady, Munir, *Hukum Kontrak (dari Sudut Pandang Hukum Bisnis)*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003
- Hariri, Wawan Muhwan, *Hukum Perikatan Dilengkapi Hukum Perikatan dalam Islam*, cet. Ke-10 , Bandung: CV. Pustaka Setia, 2011
- John Nasution, Bahder, *Metodologi Penelitian Ilmu Hukum*, Bandung: Mandar Maju, 2008
- LKP2M, *Research Book For LKP2M*, Malang: UIN Malang, 2005
- M. Sohib, *Tinjauan Prinsip-prinsip Muamalat terhadap Klausula Baku Pada Pasal 18 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2013.

- Miru, Ahmadi, *Hukum Perlindungan konsumen*, Jakarta: Grafindo Persada, 2004.
- Narbuko, Chalid dan Abu Ahmadi, *Metodelogi Penelitian*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2003.
- Rahmat, Jalaludin. *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 1999.
- Koentjoroningrat, *Pengantar Ilmu Antropologi*, Jakarta: Aksara Baru, 2004.
- Sagala, Syaful. *Manajemen Berbasis Sekolah dan Masyarakat (Strategi Memenangkan Persaingan Mutu)*, Jakarta: PT. Nimas Multima, 2004.
- Save, D. Dogun, *Kamus Ilmu Pengetahuan*, Jakarta: Lembaga Pengkajian dan Kebudayaan Nusantara, 1997, Cet. Ke-1
- Soekanto, Soejano, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta: UI-Press, 1986
- Soemitro, Ronny Hanitijo, *Metode Penelitian Hukum dan Jurumetri*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 1998.
- Sjahdeni, Saifullah, *Tipologi Penelitian Hukum*, Malang: Intelegensia Media, 2015
- Sutan Remy *Kebebasan Berkontrak dan Perlindungan yang Seimbang Bagi Para Pihak dalam Perjanjian Kredit di Indonesia*, Jakarta: Institut Bankir Indonesia, 1994.
- Sunggono, Bambang, *Metodologi Penelitian Hukum*, Cet: 14, Jakarta: Rajawali Press, 2013.
- Syarifuddin, Amir, *Ushul Fiqh*, Jakarta: Kencana, 2011
- Tamrin, Dahlan, *Dikatat Kuliah Filsafat Hukum Islam*, Malang: tt.

Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1988).

Tri, Celina, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2011

Wawan Muhwan Hariri, *Hukum Perikatan Dilengkapi Hukum Perikatan dalam Islam*, cet. Ke-10, Bandung: CV. Pustaka Setia, 2011.

Wahab Khallaf, Abdul, *Ilmu ushul fikih*, Jakarta: Pustaka amani, 2003.

عبد الوهاب خلاف، علم أصول الفقه، القاهرة: الرمين، 2004.

B. Perundang-undangan

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

C. Skripsi

Munthe, Abdul Karim *Kontrak Baku pada Asuransi Syariah dalam Perspektif Hukum Perlindungan konsumen*, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2014.

Nikmah, Nailin, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Klausula Baku dalam Praktik Jual Beli di Toko-toko Modern di Kota Yogyakarta*, Yogyakarta: Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga, 2016.

Palugan Sukma, *Analisis Yuridis terhadap Perjanjian Pembiayaan Konsumen yang Menggunakan Klausula Baku dan kaitannya dengan Perlindungan Konsumen* (Studi pada Lembaga pembiayaan di Yogyakarta), Yogyakarta: Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga, 2015.

D. Website

http://bagianpms.blogspot.co.id/2015/03/contoh-makalah-teknik-promosi-pemasaran_55.html di akses pada tanggal 27 februari 2017

<https://id.wikipedia.org/wiki/Indomaret> diakses pada tanggal 28 desember 2016



LAMPIRAN-LAMPIRAN





PEDOMAN WAWANCARA MASYARAKAT

1. Apakah anda pernah berbelanja di Indomaret?
2. Kenapa anda memilih berbelanja di Indomaret?
3. Bagaimana pendapat anda tentang berbelanja di Indomaret?
4. Apakah anda juga masih berbelanja di pasar tradisional?
5. Bagaimana menurut anda perbedaan berbelanja di kedua pasar tersebut?
6. Seberapa sering anda berbelanja di Indomaret?
7. Apakah anda sering mengikuti promo di Indomaret?
8. Apakah anda pernah membaca tulisan kecil tentang syarat atau ketentuan promo yang terletak dibagian bawah pamflet tersebut?
9. Bagaimana pendapat anda tentang tulisan kecil tersebut?
10. Apakah persyaratan tersebut sudah cukup memadai dalam hal tulisan maupun pemahaman?
11. Apakah anda pernah dirugikan dengan tulisan tersebut?
12. Bagaimana menurut anda cara pemberitaan tentang syarat dan ketentuan yang baik?
13. Apakah anda memiliki saran yang ingin disampaikan kepada pihak indomaret tentang hal ini?

PEDOMAN WAWANCARA PIHAK INDOMARET

1. Seberapa lama anda bekerja di Indomaret?
2. Bagaimana pendapat anda tentang aturan pelayanan yang diterapkan pihak Indomaret?
3. Apakah selama anda bekerja pernah mendapati konsumen yang melakukan komplain terhadap Indomaret?
4. Apa yang anda ketahui tentang klausula kontrak baku pada promo indomaret?
5. Apakah karyawan Indomaret memiliki andil dalam penyusunan klausula ini?
6. Apakah penulisan tersebut sudah tepat?
7. Mengapa kontrak baku yang terhitung sangat penting ditulis menggunakan huruf kecil?
8. Apakah ini strategi pemasaran yang dilakukan Indomaret?
9. Bagaimana sikap anda jika menemukan konsumen yang komplain terkait hal ini?

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Muyassaroh
 Tempat Tanggal Lahir : Malang, 06 Januari 1995
 Alamat : Ds. Sumberejo, Kec. Pagak, Kab. Malang
 No Hp : 085786738155
 Email : moeyaztwoyou@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. MI Darul Ulum Gondanglegi, Tahun 2001-2007.
2. MTs Raudlatul Ulum Putri, Tahun 2007-2010.
3. MA Raudlatul Ulum Putri, Tahun 2010-2013.
4. UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, Tahun 2013-2017.

PENGALAMAN ORGANISASI

1. PMII Rayon Radikal Al-Faruq Fakultas Syariah UIN Maliki Malang.
2. UKM Kopma PB UIN Maliki Malang.