

**PROBLEMATIKA ADVOKASI KONSUMEN PERSPEKTIF NORMA DAN
ETIKA BISNIS ISLAM YUSUF QARDHAWI**

(Studi Di Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Indonesia Kota Malang)

SKRIPSI

OLEH:

Ibrahim Ardyga

18220012



**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2022**

**PROBLEMATIKA ADVOKASI KONSUMEN PERSPEKTIF NORMA DAN
ETIKA BISNIS ISLAM YUSUF QARDHAWI**

(Studi Di Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Indonesia Kota Malang)

SKRIPSI

OLEH:

Ibrahim Ardyga

18220012



**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2022**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Demi Allah,

Dengan kesadaran dan penuh tanggung jawab terhadap pengembangan keilmuan,

Penulis menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PROBLEMATIKA ADVOKASI KONSUMEN PERSPEKTIF NORMA DAN ETIKA BISNIS ISLAM YUSUF QARDHAWI

(Studi Di Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Indonesia Kota Malang)

Benar-benar merupakan karya ilmiah yang disusun sendiri, bukan duplikat atau memindahkan data milik orang lain. Jika ditemukan dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini ada kesamaan baik isi, logika maupun datanya, secara keseluruhan atau sebagian, maka skripsi dan gelar sarjana yang di peroleh karenanya secara otomatis batal demi hukum.

Malang, 2 April 2022
Penulis,

Ibrahim Ardyga
NIM 18220012

HALAMAN PERSETUJUAN

Setelah membaca dan mengoreksi skripsi saudara Ibrahim Ardyga NIM 18220012 Program studi Hukum Ekonomi Syari'ah, Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul:

PROBLEMATIKA ADVOKASI KONSUMEN PERSPEKTIF NORMA DAN ETIKA BISNIS ISLAM YUSUF QARDHAWI

**(Studi Di Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Indonesia Kota
Malang)**

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

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Hukum Ekonomi Syariah



Dr. Fakhruddin, M.HI
NIP. 197408192000031002

Malang, 2 April 2022
Dosen Pembimbing



Ramadhita, M.HI
NIP. 19890902201503

BUKTI KONSULTASI



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS SYARIAH

Jl. Gajayana, 50, Malang, Kode Pos 65144
Website : www.syar'ah.uin.malang.ac.id Telp : (0341) 551454

BUKTI KONSULTASI

NAMA : Ibrahim Ardyga
NIM : 18220012
Program Studi : Hukum Ekonomi Syari'ah
Dosen Pembimbing : Ramadhita, M.HI.
Judul Skripsi : **PROBLEMATIKA ADVOKASI KONSUMEN PERSPEKTIF
NORMA DAN ETIKA BISNIS ISLAM YUSUF QARDHAWI
(Studi Di Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Indonesia
Kota Malang)**

No	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf
1	Minggu, 17 Oktober 2021	Revisi Judul Skripsi	<i>[Signature]</i>
2	Selasa, 11 Januari 2022	Revisi Proposal Skripsi	<i>[Signature]</i>
3	Kamis, 20 Januari 2022	Revisi Proposal Skripsi	<i>[Signature]</i>
4	Selasa, 25 Januari 2022	Revisi Proposal Skripsi	<i>[Signature]</i>
5	Rabu, 9 Maret 2022	Revisi Setelah Seminar Proposal	<i>[Signature]</i>
6	Senin, 14 Maret 2022	BAB I	<i>[Signature]</i>
7	Rabu, 16 Maret 2022	BAB II	<i>[Signature]</i>
8	Jumat, 18 Maret 2022	BAB III	<i>[Signature]</i>
9	Jumat, 1 April 2022	BAB IV dan BAB V	<i>[Signature]</i>
10	Sabtu, 2 April 2022	ACC Skripsi	<i>[Signature]</i>

Malang, 2 April 2022
Mengetahui,
a.n Dekan
Ketua Program Studi
Hukum Ekonomi Syari'ah

Dr. Fakhruddin, M.HI
NIP. 197408192000031002

PENGESAHAN SKRIPSI

Dewan penguji skripsi saudara Ibrahim Ardyga (18220012), Mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah Fakultas Syari'ah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul:


PROBLEMATIKA ADVOKASI KONSUMEN PERSPEKTIF NORMA DAN ETIKA BISNIS ISLAM YUSUF QARDHAWI

(Studi Di Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Indonesia Kota Malang)


Telah dinyatakan **LULUS** dengan nilai A

Dewan Penguji:


1. Aditya Prastian Supriyadi, M.H.
NIP. 199304292020121003

()
Ketua

2. Ramadhita, M.HI.
NIP. 198909022015031004

()
Sekretaris

3. Dr. H. Abbas Arfan, Lc.
NIP. 1972121220060411004

()
Penguji Utama

PENGESAHAN SKRIPSI

Dewan Penguji Skripsi saudara/i Ibrahim Ardyga, NIM 18220012, mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan Judul:

PROBLEMATIKA ADVOKASI KONSUMEN PERSPEKTIF NORMA DAN ETIKA BISNIS ISLAM YUSUF QARDHAWI

(Studi Di Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Indonesia Kota Malang)

Telah dinyatakan lulus dengan nilai: A

Malang, 25 Mei 2022

Scan Untuk Verifikasi



MOTTO

تحرك فإن في الحركة بركة

Artinya: Bergeraklah, sesungguhnya di dalam pergerakan itu terdapat berkah.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah S.W.T yang telah mencurahkan rahmat, dan hidayah-Nya. Sholawat serta salam tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul :

PROBLEMATIKA ADVOKASI KONSUMEN PERSPEKTIF NORMA DAN ETIKA BISNIS ISLAM YUSUF QARDHAWI

(Studi Di Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Indonesia Kota Malang)

Dengan segala upaya, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak dalam proses penulisan skripsi ini, maka penulis mengucapkan terimakasih kepada Bapak/Ibu/Sdr :

1. Prof. Dr. H. M. Zainuddin, M.A selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. Sudirman, M.A. selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Dr. Fakhruddin, M.HI. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

4. Dr. Suwandi, M.HI. selaku Dosen Wali penulis selama menempuh studi di Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Penulis haturkan terima kasih kepada beliau yang telah memberikan arahan, bimbingan, saran serta motivasi selama menempuh perkuliahan.
5. Ramadhita, M.HI. selaku Dosen Pembimbing penulis, terima kasih penulis haturkan atas waktu yang diberikan untuk bimbingan, arahan, semangat serta motivasi dalam menyelesaikan
6. Segenap jajaran Dosen Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah banyak berperan aktif di dalam menyumbangkan ilmu, wawasan dan pengetahuan kepada penulis.
7. Staf Karyawan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, penulis ucapkan terima kasih atas partisipasinya dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Orang tua penulis, Bapak Medy Bachtiar dan Ibu Megawati, yang tiada henti selalu mendoakan, memberikan dukungan untuk penulis, motivasi yang luar biasa serta harapan dan doa selalu menjadi pengiring langkah sehingga dapat menyelesaikan masa perkuliahan dan menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik, makasih banyak papah dan mamah.

9. Kepada teman teman saya Asfen, Muhajir, Adhim, Ivan, Rizal, Hasmila, Devia, Syaif, Aziz dan yang lainnya yang sudah mendukung dan mensupport saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, saya ucapkan terimakasih banyak.
10. Kepada sahabat, teman dan rekan di PMII Rayon “Radikal” Al-Faruq, Hukum Ekonomi Syariah 2018, HMPS Hukum Ekonomi Syariah dan Senat Mahasiswa Fakultas Syariah yang selalu menemani dan mendukung saya dalam situasi dan kondisi apapun selama berkuliah, saya ucapkan terimakasih banyak.

Tak ada gading yang tak retak. Tak ada yang sempurna di dunia ini. Demikian pula dengan penelitian skripsi ini. Kritik dan saran sangatlah penulis harapkan dan dapat disampaikan secara langsung maupun tidak langsung. Semoga karya tulis ini dapat menjadi tambahan khazanah pengetahuan bagi siapa pun yang membacanya.



PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Umum

Transliterasi ialah pemindah alihan tulisan Arab kedalam tulisan Indonesia (Latin), bukan terjemahan bahasa Arab kedalam bahasa Indonesia. Termasuk dalam kategori ini ialah nama Arab dari bangsa Arab, sedangkan nama Arab dari bangsa selain Arab ditulis sebagaimana ejaan bahasa nasionalnya, atau sebagaimana yang tertulis dalam buku yang menjadi rujukan. Penulisan judul buku dalam *footnote* maupun daftar pustaka, tetap menggunakan ketentuan transliterasi ini.

Banyak pilihan dan ketentuan transliterasi yang dapat digunakan dalam penulisan karya ilmiah, baik yang berstandar dinternasional, nasional maupun ketentuan yang khusus digunakan penerbit tertentu. Transliterasi yang digunakan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang menggunakan EYD plus, yaitu transliterasi yang didasarkan atas Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, tanggal 22 Januari 1998, No. 158/1987 dan 0543.b/U/1987, sebagaimana tertera dalam buku Pedoman Transliterasi Bahasa Arab (A Guide Arabic Transliteration), INIS Fellow 1992.

B. Konsonan

ا = Tidak dilambangkan	ض = dl
ب = b	ط = th
ث = t	ظ = dh
د = ts	ع = „(koma menghadap keatas)
ج = j	غ = gh
ح = h	ف = f
خ = kh	ق = q
ذ = d	ك = k
ر = dz	ل = l
ز = r	م = m
س = 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, namun

apabila terletak di tengah atau akhir kata, maka dilambangkan dengan tanda koma di atas (,) , berbalik dengan koma (,) untuk pengganti lambang “ع” .

C. Vokal, Panjang dan Diftong

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 = â misalnya قال menjadi qâla

Vokal (i) panjang = î misalnya قيل menjadi qîla

Vokal (u) panjang = û misalnya دون menjadi dûna

Khusus untuk bacaanya“ nisbat, maka tidak boleh digantikan dengan “i”, melainkan tetap ditulis dengan “iy” agar dapat menggambaranya“ nisbat diakhirnya. Begitu juga untuk suara diftong, wawudanya“ setelah *fathah* dituli \s dengan “aw” dan “ay”. Perhatikan contoh berikut:

Diftong (aw) = او misalnya قول menjadi qawla Diftong (ay) =
اي misalnya خير menjadi khayrun

D. Ta' Marbutah (ة)

“Ta” marbûthah 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-

risalat li al-mudarrisah, atau apabila berada di tengah-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*.

E. Kata Sandang dan Lafdz al Jalâlah

Kata sandang berupa “al” (ال) ditulis dengan huruf kecil, kecuali terletak di awal kalimat, sedangkan “al” dalam lafadh jalâlah yang berada di tengah-tengah kalimat yang disandarkan (*idhafah*) maka dihilangkan. Perhatikan contoh- contoh berikut ini:

1. Al-Imâm al-Bukhâriy mengatakan ...
2. Al-Bukhâriy dalam muqaddimah kitabnya menjelaskan...
3. *Masyâ" Allâhkânawamâ lam yasya" lam yakun.*
4. *Billâh ,,azzawajalla*

F. 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 di berbagai kantor pemerintahan, namun ...”

Perhatikan penulisan nama “Abdurrahman Wahid,” “Amin Rais” dan kata “salat” ditulis dengan menggunakan tata cara penulisan bahasa Indonesia yang disesuaikan dengan penulisan namanya. Kata-kata tersebut sekalipun berasal dari bahasa Arab, namun ia berupa nama dan orang Indonesia dan terindonesiakan, untuk itu tidak ditulis dengan cara “Abd al-RahmânWahîd,” “AmînRaîs,” dan bukan ditulis dengan “shalât.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	iv
BUKTI KONSULTASI	v
PENGESAHAN SKRIPSI	vi
PENGESAHAN SKRIPSI	vii
MOTTO	viii
KATA PENGANTAR	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI	xii
DAFTAR ISI	xvii
ABSTRAK	xix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	12
E. Definisi Operasional	12
F. Sistematika Penulisan	14
BAB II	16
TINJAUAN PUSTAKA	16
A. Penelitian Terdahulu	16
B. Kerangka Teori	22
1. Advokasi	22
2. Perlindungan Konsumen	23
3. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat	28
4. Norma Dan Etika Bisnis Islam.....	31
BAB III	38
METODE PENELITIAN	38
A. Jenis Penelitian	38

B. Pendekatan Penelitian	39
C. Lokasi Penelitian	39
D. Metode Penentuan Subjek.....	40
E. Sumber Data.....	40
F. Metode Pengumpulan Data.....	42
G. Teknis Pengelolaan Data	43
BAB IV.....	45
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	45
1. Profil Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Kota Malang (LPKNI)...	45
2. Visi dan Misi Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Kota Malang.....	46
3. Struktur Organisasi Lembaga Perlindungan Konsumen (Kota Malang)	47
4. Daftar Aduan dan Konsultasi Konsumen ke LPKNI.....	51
5. Daftar Program LPKNI	51
B. Hasil Penelitian.....	53
C. Pembahasan.....	59
1. Pandangan Peraturan Terkait Perlindungan Konsumen Terhadap Peran LPKNI.....	60
2. Pandangan Norma Dan Etika Bisnis Islam Yusuf Qardhawi.....	65
BAB V	69
PENUTUP.....	69
A. Kesimpulan.....	69
B. Saran	70
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN.....	75
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	81

ABSTRAK

Ibrahim Ardyga, 18220012, 2022, **Problematika Advokasi Konsumen Perspektif Norma Dan Etika Bisnis Islam Yusuf Qardhawi**, Skripsi, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Pembimbing: Ramadhita, M.HI.

Kata Kunci: Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Indonesia, Norma dan Etika Bisnis Islam, Advokasi.

Penerapan peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dapat dikatakan belum sesuai dengan realita yang terjadi di lapangan, hal ini dibuktikan dengan masih banyak konsumen di Indonesia yang dilanggar haknya oleh pelaku usaha. Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Indonesia Kota Malang sebagai Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat mengemban amanah untuk menjalankan tugas perlindungan konsumen. LPKNI dalam menjalankan tugas dan wewenangnya masih terkendala oleh berbagai macam hal, yang tentunya membuat upaya perlindungan konsumen menjadi tidak maksimal. Islam juga memberikan perhatian dalam perlindungan konsumen, dalam penelitian ini menggunakan pandangan Norma dan Etika Bisnis Islam Yusuf Qardhawi dalam menganalisis permasalahan perlindungan konsumen yang terjadi.

Fokus dan tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui terkait peran, kendala dan strategi LPKNI dalam melaksanakan tugas perlindungan konsumen dan menggunakan Norma dan Etika Bisnis Islam Yusuf Qardhawi untuk menganalisis permasalahan yang terjadi dalam pandangan Islam.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian yuridis empiris, dengan menggunakan pendekatan yuridis sosiologis. Sumber data dalam penelitian ini yaitu data primer dan sekunder dengan metode pengumpulan melalui wawancara langsung dan dokumentasi. Terdapat 3 tahapan untuk teknis pengelolaan data dalam penelitian ini yaitu, reduksi data, penyajian data lalu penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa LPKNI sebagai LPKSM sudah menjalankan tugasnya sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 beserta aturan turunannya akan tetapi kendala yang dihadapi yaitu LPKNI kesulitan dalam menjalankan perannya dikarenakan muatan materi Undang-Undang Perlindungan Konsumen sulit untuk diterapkan. Hal ini mengakibatkan upaya perlindungan konsumen baik advokasi maupun non advokasi tidak dapat dijalankan secara maksimal. Peran yang dijalankan oleh LPKNI juga sudah sesuai dengan norma dan etika bisnis Islam Yusuf Qardhawi, akan tetapi dengan berbagai kendala yang ditemukan dilapangan membuat konsumen rentan di *dzolimi* oleh pelaku usaha.

ABSTRAK

Ibrahim Ardyga, 18220012, 2022, **The Problematic of Consumer Advocacy Perspective of Islamic Business Norms and Ethics Yusuf Qardhawi**, Thesis, Sharia Economic Law Study Program, Faculty of Sharia State Islamic University Maulana Malik Ibrahim Malang. Supervisor: Ramadhita, M.HI.

Keywords: Indonesian National Consumer Protection Agency, Islamic Business Norms and Ethics, Advocacy.

The application of laws and regulations relating to consumer protection can be said to be not in accordance with the reality that occurs in the field, this is evidenced by the large number of consumers in Indonesia whose rights are violated by business actors. The Indonesian National Consumer Protection Agency for the City of Malang as a Non-Governmental Consumer Protection Agency has a mandate to carry out consumer protection duties. LPKNI in carrying out its duties and authorities is still constrained by various things, which of course makes consumer protection efforts not optimal. Islam also pays attention to consumer protection, in this study using the views of Yusuf Qardhawi's Islamic Business Norms and Ethics in analyzing consumer protection problems that occur.

The focus and purpose of this study is to determine the role, constraints and strategies of LPKNI in carrying out consumer protection tasks and to use Yusuf Qardhawi's Islamic Business Norms and Ethics to analyze the problems that occur from an Islamic perspective.

This research is an empirical juridical research, using a sociological juridical approach. Sources of data in this study are primary data and secondary data with the method of collecting through direct interviews and documentation. There are 3 technical stages of data management in this study, namely data reduction, data presentation and then drawing conclusions.

The results show that LPKNI as LPKSM has carried out its duties in accordance with Law Number 8 of 1999 and its derivative rules, but the obstacle faced is that LPKNI has difficulty in carrying out its role because the contents of the Consumer Protection Act are difficult to implement. This results in consumer protection efforts, both advocacy and non-advocacy, cannot be carried out optimally. The role played by LPKNI is also in accordance with Yusuf Qardhawi's Islamic business norms and ethics, but with various obstacles found in the field, making consumers vulnerable to being oppressed by business actors.

ملخص البحث

إبراهيم أرديجا ، ١٨٢٢٠٠١٢ ، ٢٠٢٢ ، مشاكل مناصرة المستهلك لمعايير من منظور مبادئ وأخلاقيات التجارية الإسلامية يوسف القرضاوي ، أطروحة ، برنامج دراسة القانون الاقتصادي الشرعي ، كلية الشريعة ، مولانا مالك إبراهيم الدولة الإسلامية جامعة مالانج. المشرف: راماديتا ماجستير .

الكلمات المفتاحية: الوكالة الوطنية الإندونيسية لحماية المستهلك ، مبادئ وأخلاقيات التجارية الإسلامية ، المناصرة.

يمكن القول أن تطبيق تشريعات حماية المستهلك لا يتوافق مع الواقع على أرض الواقع ، ويتجلى ذلك من خلال العدد الكبير من المستهلكين في إندونيسيا الذين تنتهك حقوقهم من قبل كيانات الأعمال التجارية. الوكالة الوطنية الإندونيسية لحماية المستهلك مدينة مالانج بصفتها وكالة غير حكومية لحماية المستهلك لديها تفويض لتنفيذ واجبات حماية المستهلك. لا تزال LPKNI في تنفيذ واجباتها وسلطاتها مقيدة بأشياء مختلفة ، مما يجعل جهود حماية المستهلك بالطبع غير كاملة. كما يولي الإسلام اهتمامًا لحماية المستهلك ، كما استخدم في هذه الدراسة نظرة يوسف القرضاوي لأخلاقيات العمل الإسلامية ومبادئه في تحليل مشاكل حماية المستهلك التي تحدث.

يركز هذا البحث وأهدافه على معرفة دور وقود واستراتيجيات LPKNI في تنفيذ مهام حماية المستهلك واستخدام المعايير الإسلامية وأخلاقيات العمل التي وضعها يوسف القرضاوي لتحليل المشكلات التي تحدث من منظور إسلامي.

هذا البحث هو بحث قانوني تجريبي ، باستخدام نهج اجتماعي قانوني. مصادر البيانات في هذه الدراسة هي بيانات أولية وثانوية مع طريقة الجمع من خلال المقابلات المباشرة والتوثيق. هناك 3 مراحل فنية لإدارة البيانات في هذه الدراسة ، وهي تقليل البيانات ، وعرض البيانات ، ثم استخلاص النتائج.

تشير نتائج الدراسة إلى أن LPKNI مثل LPKSM قد نفذوا واجباتهم وفقًا للقانون رقم 8 لعام 1999 والقوانين واللوائح التي تنشأ عنه ، لكن العقبة التي واجهتها هي أن LPKNI تواجه صعوبة في القيام بدورها لأنها من الصعب تنفيذ محتويات قانون حماية المستهلك. وقد أدى ذلك إلى عدم تنفيذ جهود حماية المستهلك ، سواء في المناصرة وعدم المناصرة ، بالشكل الأقصى. يتماشى الدور الذي تلعبه شركة LPKNI أيضًا مع معايير وأخلاق يوسف القرضاوي التجارية الإسلامية ، ولكن مع وجود العديد من العقبات في تنفيذها في الموقع ، يكون المستهلكون عرضة للاضطهاد من قبل الجهات التجارية.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan sektor perekonomian dan perindustrian nasional yang pesat telah menghasilkan berbagai macam jenis produk barang dan/atau jasa yang dapat digunakan dan dikonsumsi oleh masyarakat. Kemajuan dibidang ilmu pengetahuan dan teknologi juga menjadi salah satu faktor pendukung dari perkembangan ekonomi dan industri nasional dalam hal ini adalah adanya perluasan jangkauan transaksi dan jual beli barang dan/atau jasa hingga dapat menjangkau jual beli antar negara¹.

Perkembangan ekonomi tersebut tidak hanya memberikan dampak positif akan tetapi juga terdapat dampak negatif yaitu dapat mengakibatkan kedudukan pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang. Konsumen dapat menjadi objek aktifitas bisnis dari pelaku usaha melalui kiat iklan, promosi, cara penjualan, serta menerapkan perjanjian-perjanjian yang merugikan konsumen, yang tentunya hal ini menjadi dampak negatif dari perkembangan ini².

Indonesia sendiri memiliki banyak kasus pelanggaran terhadap perlindungan konsumen diberbagai produk dan jasa, yang mana pelanggaran ini merupakan dampak negatif dari perkembangan di dunia perekonomian dan industri. Dalam kurun waktu

¹ Susanti Adi Nugroho. *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Imlementasinya*. (Jakarta: Penerbit Kencana Prenada Media Group, 2008), 1.

² Susanti Adi Nugroho. *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Imlementasinya*. (Jakarta: Penerbit Kencana Prenada Media Group, 2008), 1.

2018-2022 terdapat 372 kasus yang berkaitan dengan pelanggaran hak konsumen di Indonesia³, beberapa contohnya yaitu:

1. Kasus penarikan paksa objek jaminan fidusia berupa mobil oleh perusahaan pembiayaan yang menyalahi perjanjian pembiayaan di Kota Padang⁴, Ade Hasmariza Saputra sebagai debitur telah dirugikan oleh PT Clipan Finance, tbk sebagai kreditur, hal ini disebabkan karena mobil debitur ditarik paksa secara sepihak oleh kreditur dikarenakan pembayaran angsuran yang macet.
2. Kasus beras plastik di Bekasi⁵, warga Bekasi melaporkan bahwa ada keganjilan dengan beras yang dibeli di pasar, ternyata setelah diselidiki ditemukan beras yang mengandung zat *plasticizer* penyusun plastik. Kedua zat ini ketika di konsumsi manusia secara terus menerus dapat mengakibatkan kanker
3. Kasus yang ditemukan oleh YLKI yaitu produk rekayasa genetika dalam produk pangan yang mengandung bahan yang berbahaya⁶, pada Desember 2001-Januari 2002 YLKI melakukan penelitian kualitatif kandungan rekayasa genetika dalam produk pangan, hasilnya beberapa produk

³ Direktori Putusan Mahkamah Agung Republik Indonesia,

<https://putusan3.mahkamahagung.go.id/direktori/index/kategori/perindungan-konsumen-1.html>

⁴ Putusan PN PADANG Nomor 99/Pdt.Sus-BPSK/2021/PN Pdg Tanggal 4 Agustus 2021,

<https://putusan3.mahkamahagung.go.id/direktori/putusan/zaebf690425a0dd2a2ed313532383231.html>

⁵ Fiki Ariyanti. "Cerita Terungkapnya Misteri Beras Plastik," *Liputan6*, 23 Mei 2015, diakses 6 September 2021, <http://bisnis.liputan6.com/read/2237854/cerita-terungkapnya-misteri-beras-plastik-di-indonesia>.

⁶ Suyadi, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Produk Pangan Olahan Yang Mengandung Bahan Rekayasa Genetik", *Jurnal Dinamika Hukum*, no. 1 (2010): 72.

<http://dinamikahukum.fh.unsoed.ac.id/index.php/JDH/article/view/141/87>

makanan turunan kedelai, jagung dan kentang terdeteksi mengandung bahan rekayasa genetika atau *transgenic* yang berbahaya dan beberapa produk merupakan produk yang telah akrab dikonsumsi

4. Kasus penarikan pulsa berlebihan dari SMS karena provider tidak memberikan informasi yang lengkap⁷, kerugian para pelanggan seluler yang pulasanya berkurang dengan cepat atau terkuras habis tanpa disadari, karena mengikuti layanan push SMS content *provider* atau operator. Hal ini terjadi karena konsumen tidak mengetahui bahwa layanan push SMS adalah layanan berlangganan; yang setiap menerima SMS dari penyedia layanan, pulasanya langsung dipotong dengan tarif premium. Sementara, untuk menghentikan layanan itu, konsumen tidak mengetahui caranya, karena penyedia layanan tidak memberikan informasi yang lengkap
5. Kasus pengambilan paksa kendaraan disertai kekerasan oleh *debt collector* karena kredit macet di Malang⁸, perusahaan mencabut hak penguasaan kendaraan secara langsung, dengan cara pengambilan paksa sepeda motor sewaktu sepeda motor tersebut sedang dikendarai di perjalanan. Bahkan pengambilan paksa sepeda motor kreditan tersebut oleh petugas *debt collector* beberapa kali terjadi dilakukan dengan kekerasan fisik disertai

⁷ Suyadi, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Produk Pangan Olahan Yang Mengandung Bahan Rekayasa Genetik", *Jurnal Dinamika Hukum*, no. 1 (2010): 72.

<http://dinamikahukum.fh.unsoed.ac.id/index.php/JDH/article/view/141/87>

⁸ Nanang Nilson, S.H., M.H, wawancara, (Malang, 5 September 2021)

penggunaan senjata tajam, sehingga menimbulkan korban konsumen yang luka-luka.

6. Kasus antara Bank Mandiri cabang Malang dengan salah satu debiturnya yaitu terjadinya pelelangan barang jaminan hutang berupa tanah dan rumah oleh bank dikarenakan kredit macet tanpa pemberitahuan kepada debitur,⁹

Terjadinya pelanggaran-pelanggaran terhadap perlindungan konsumen, akan semakin sering terjadi, seiring dengan semakin meningkat dan berkembangnya aktivitas bisnis, yang ditunjukkan dengan meningkatnya intensitas perniagaan atau perdagangan yang diselenggarakan melalui komunikasi jarak jauh (*distance communication*); yang memungkinkan konsumen melakukan transaksi (*electronic*) dengan memanfaatkan teknologi seperti internet, telepon, dan *fax*; yang dikenal dengan sebutan *e-commerce* (perdagangan elektronik atau *electronic Commerce*).

Istilah perlindungan konsumen berkaitan dengan perlindungan hukum. Oleh karena itu, perlindungan konsumen mengandung aspek perlindungan hukum. Adapun materi dalam yang mendapatkan perlindungan itu bukan sekedar fisik, melainkan terlebih-lebih hak-hak yang bersifat abstrak. Dengan kata lain, perlindungan konsumen identik dengan perlindungan yang diberikan hukum tentang hak-hak konsumen. Secara umum dikenal ada 4 hak dasar konsumen yang diakui secara internasional,

⁹ Nanang Nilson, S.H., M.H, wawancara, (Malang, 5 September 2021)

yaitu, hak mendapatkan informasi, hak untuk mendapatkan keamanan, hak untuk memilih dan hak untuk didengar.¹⁰

Indonesia memiliki dasar hukum terkait perlindungan konsumen yaitu dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan aturan turunannya yaitu Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 Tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat. Sebagai bentuk perlindungan oleh negara terhadap konsumen, peraturan perundang-undangan tersebut mengatur berbagai upaya untuk memberikan perlindungan hukum atas hak-hak konsumen dan aturan tersebut ada untuk menjamin hak-hak tiap konsumen dari adanya pelanggaran.

Perlindungan konsumen di Indonesia belum sepenuhnya dapat dijalankan dengan baik. Hal ini dapat dilihat dengan masih banyaknya kasus mengenai perlindungan konsumen di Indonesia. Masih banyak pelaku usaha yang melakukan berbagai kecurangan terhadap barang/jasa yang diperjualbelikan kepada konsumen. Selain pelaku usaha yang melakukan kecurangan, masyarakat sebagai konsumen pun masih belum menyadari sepenuhnya akan hak dan kewajibannya sebagai konsumen. Lemahnya pengertian masyarakat mengenai hak dan kewajiban seorang konsumen di Indonesia menjadi salah satu sebab lemahnya perlindungan konsumen di Indonesia.¹¹

¹⁰ Celina Tri Siwi Kristinti. *Hukum Perlindungan Konsumen*. (Jakarta, Sinar Grafika Offset, 2008), 30-31.

¹¹ Denico Doly, "Upaya Penguatan Perlindungan Konsumen di Indonesia Terkait dengan Klausula Baku", *Jurnal Negara Hukum*, no. 1, (2012): 51.
<https://jurnal.dpr.go.id/index.php/hukum/article/view/223>

Hukum Islam memberikan perhatian yang cukup besar terhadap perlindungan konsumen baik dalam Al-Quran dan Hadits, bisnis yang adil dan jujur menurut Al-Qur'an adalah bisnis yang tidak menzalimi dan tidak pula dizalimi. Perhatian yang besar dalam perlindungan konsumen ini tercermin dalam QS. Al-Baqarah ayat 279 yang mana sepintas ayat ini memang berbicara tentang riba, tetapi secara tersirat mengandung pesan-pesan perlindungan konsumen. Di akhir ayat disebutkan tidak menganiaya dan tidak dianiaya (tidak menzalimi dan tidak pula dizalimi). Dalam konteks bisnis, potongan pada akhir ayat tersebut mengandung perintah perlindungan konsumen, bahwa antara pelaku usaha dan konsumen dilarang untuk saling menzalimi atau merugikan satu dengan yang lainnya. Hal ini berkaitan dengan hak-hak konsumen dan juga hak-hak pelaku usaha. Konsep bisnis dalam Islam harus dilandasi oleh nilai-nilai dan etika yang menjunjung tinggi kejujuran dan keadilan¹².

Dalam norma dan etika bisnis islam yang dikemukakan oleh Yusuf Qardhawi, asas pokok atau pondasi dari seluruh kegiatan bisnis di dalam hukum Islam ditempatkan pada asas tertinggi, yaitu tauhid (mengesakan Allah SWT).¹³ Dari asas ini kemudian lahir asas istikhlaf, yang menyatakan bahwa apa yang dimiliki oleh manusia hakekatnya adalah titipan dari Allah SWT, manusia hanyalah sebagai pemegang amanah yang diberikan kepadanya. Dari asas tauhid juga melahirkan asas al-ihsan yang artinya adalah melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan

¹² Jusmaliani, *Bisnis berbasis syariah*, (Jakarta, Bumi Aksara, 2008), 49.

¹³ Yusuf Qardhawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam, Penerjemah Zainal Arifin dan Dahlia Husin*, (Jakarta, Gema Insani Press, 1997), 31.

kepada orang lain tanpa ada kewajiban tertentu yang mengharuskannya untuk melaksanakan perbuatan tersebut. Dari ketiga asas di atas melahirkan asas *al-amanah*, *ash-shiddiq*, *al-adl*, *al-khiyar*, *at-ta'wun*, keamanan dan keselamatan.¹⁴

Dalam asas keamanan dan keselamatan terdapat lima hal yang menjadi tujuan pokok dari syariat Islam yang wajib dijaga dan dipelihara (*al-dharuriyyat al-khamsah*), yaitu: memelihara agama (*hifdh al-din*), memelihara jiwa (*hifdh al-nafs*), memelihara akal (*hifdh al-aql*), memelihara keturunan (*hifdh nasl*), dan memelihara harta (*hifdh al-maal*).¹⁵ Dalam *al-dharuriyyat al-khamsah* terdapat poin memelihara jiwa (*hifdh al-nafs*) dan memelihara harta (*hifdh al-maal*) yang dalam hal ini memiliki korelasi dengan peraturan perundang-undangan terkait perlindungan konsumen.

Dalam prakteknya, setelah Rasulullah SAW hijrah dari Mekkah ke Madinah, beliau sebagai pemimpin agama dan sekaligus sebagai pemimpin negara, praktek bisnis yang tidak adil dan mengarah pada kezaliman dilarang dan dihapuskan. Seperti penahanan stok, spekulasi, kolusi oligarki, pembatalan informasi penting tentang produk, penjualan dengan sumpah palsu, atau informasi menyesatkan. Dari praktik-praktik bisnis yang dilarang tersebut dapat ditarik benang merah, bahwa pemerintah atau negara harus bertindak sebagai pengawas, pembimbing dan pendidik dalam kegiatan berbisnis.

¹⁴ Yusuf Qardhawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*, Penerjemah Zainal Arifin dan Dahlia Husin, (Jakarta, Gema Insani Press, 1997), 40-41.

¹⁵ Nurhalis, "Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam Dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999", *Jurnal IUS*, no. 9 (2015): 529.

<https://jurnalius.ac.id/ojs/index.php/jurnalIUS/article/download/267/237>

Dalam praktiknya Nabi ketika itu seringkali berkunjung ke pasar untuk mengawasi, memberikan nasihat dan terkadang memberi teguran kepada pedagang yang lalai, bahkan Nabi juga menempatkan sahabatnya yaitu Said bin Said ibnul Ash sebagai kepala pasar di mekkah¹⁶, yang mana terkait contoh oleh Nabi Muhammad SAW ini tentunya relevan untuk di teliti dan analisis terkait dengan peran Indonesia sebagai negara dalam memberikan perlindungan kepada konsumen.

Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat adalah lembaga non pemerintah yang terdaftar dan diakui keberadaannya oleh pemerintah yang mempunyai kegiatan menangani perlindungan konsumen. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat ini juga merupakan Lembaga yang diamanahi undang-undang untuk menjaga hak-hak konsumen agar tidak dilanggar dan membantu konsumen untuk memperjuangkan haknya yang dilanggar.

Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Indonesia (LPKNI) adalah salah satu Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat yang berada di Kota Malang. LPKNI dibentuk dan menjalankan tugasnya berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2018 Tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 Tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat. Dalam menjalankan tugasnya LPKNI Kota Malang melakukan berbagai upaya advokasi untuk melindungi dan memperjuangan hak-hak konsumen.

¹⁶ Yusuf Qardhawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam, Penerjemah Zainal Arifin dan Dahlia Husin*, (Jakarta, Gema Insani Press, 1997), 252-255.

Penerapan peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dapat dikatakan belum sesuai dengan realita yang terjadi di lapangan, masih banyak konsumen di Indonesia khususnya dalam penelitian ini yaitu di Kota Malang yang dirugikan seringkali tidak tahu menahu bagaimana ia dapat memperjuangkan haknya dan ada juga konsumen yang gagal dalam memperjuangkan haknya, salah satu contohnya adalah kasus antara Bank Mandiri Cabang Malang dengan salah satu debiturnya dalam pelaksanaan lelang tanpa pemberitahuan, padahal dalam Pasal 44 UU Nomor 8 Tahun 1999 disebutkan terkait adanya LPKSM sebagai Lembaga yang berperan aktif untuk melindungi hak konsumen, diperkuat dengan adanya Pasal 7 PP Nomor 59 Tahun 2001 disebutkan bahwa dalam membantu konsumen untuk memperjuangkan haknya, LPKSM yang dalam hal ini LPKNI Kota Malang dapat melakukan pemberdayaan konsumen agar mampu memperjuangkan haknya secara mandiri, baik secara perorangan maupun kelompok. Dalam Pasal 8 PP No. 59 Tahun 2001 juga menjelaskan bahwa pengawasan untuk perlindungan konsumen oleh LPKSM bersama Pemerintah dan masyarakat dilakukan atas barang dan/atau jasa yang beredar di pasar dengan cara penelitian, pengujian dan/atau survei, akan tetapi realita yang terjadi pemerintah dan LPKSM yang dalam hal ini LPKNI Kota Malang masih sangat kurang berkolaborasi dalam menjalankan amanah pasal diatas.

Berdasarkan realita diatas tentunya menarik untuk diteliti terkait kegagalan perlindungan konsumen yang mana menyangkut fungsi dan eksistensi dari LPKSM sebagai lembaga yang diamanahi undang-undang untuk melindungi hak konsumen dan

membantu konsumen yang dilanggar haknya oleh pelaku usaha. Fungsi dan eksistensi LPKSM yang menjadi tidak berarti, tentunya menjadi suatu problem hukum dalam realita pelaksanaan upaya perlindungan konsumen.

Dalam penelitian skripsi ini penulis mereview beberapa penelitian terdahulu yang mana ditemukan juga problem yang hampir sama yaitu skripsi karya Trie Dinda Februari dari Universitas Andalas Padang dan Eva Mayang Sari, dari Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, yang membahas juga terkait kegagalan LPKSM dalam menjalankan tugasnya, yang mana tentunya ini menjadi problem bersama di tiap daerah di Indonesia. Dalam skripsi karya Suraji Abdullah dari Universitas Muhammadiyah Malang yang juga meneliti terkait advokasi dari LPKNI Kota Malang juga menemukan bahwa LPKNI Kota Malang dalam melakukan advokasinya terhadap pelaku usaha yang melanggar hak konsumen sering menemui kegagalan. Penelitian terdahulu yang menjadi referensi dalam penelitian skripsi ini tentunya menjadi penguat dari penelitian skripsi ini yang mana LPKNI Kota Malang sebagai Lembaga yang diamanahi oleh undang-undang harus tetap eksis untuk mensukseskan cita-cita perlindungan konsumen di Indonesia.

Berbagai hambatan dan masalah dalam pelaksanaan advokasi dalam melindungi hak konsumen tentunya merupakan problem dan juga dalam hal ini advokasi yang sudah dilakukan juga harus dianalisis terkait kesesuaiannya dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Peraturan Pemerintah Nomor 59 tahun 2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya

Masyarakat dan Peraturan Perundang Undangan lainnya. Selain itu juga dapat dilihat keharmonisan dan keselarasannya dengan hukum islam, agar tidak menimbulkan pertentangan hukum antara upaya advokasi yang dilakukan dengan hukum islam.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka permasalahan ini menarik untuk di teliti dan penulis bermaksud untuk mengangkat permasalahan ini dalam penelitian skripsi ini dengan judul **PROBLEMATIKA ADVOKASI KONSUMEN PERSPEKTIF NORMA DAN ETIKA BISNIS ISLAM YUSUF QARDHAWI** (Studi Di Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Indonesia Kota Malang).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana peran dan kendala Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Indonesia Kota Malang dalam melakukan perlindungan terhadap masyarakat perspektif norma dan etika bisnis islam oleh Yusuf Qardhawi?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui terkait peran, kendala dan strategi Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Indonesia Kota Malang dalam melakukan

perlindungan terhadap masyarakat perspektif norma dan etika bisnis islam oleh Yusuf Qardhawi.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Memberikan informasi ilmiah untuk dijadikan rujukan ilmu pengetahuan tentang pandangan hukum islam dan perundang-undangan terkait peran yang dilakukan oleh Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Indonesia dalam perlindungan konsumen.

2. Manfaat Praktis

Untuk memenuhi tugas akhir serta penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan berbagai pihak dalam merumuskan hukum atau kebijakan terkait perlindungan konsumen yang tepat.

E. Definisi Operasional

1. Advokasi

Advokasi adalah suatu upaya yang dilakukan dalam rangka mencapai tujuan tertentu secara sistematis dan terorganisir untuk mempengaruhi dan mendesak terjadinya perubahan dalam kebijakan publik secara bertahap.¹⁷

2. Perlindungan Konsumen

¹⁷ Teuku Zulyadi, "Advokasi Sosial", *Jurnal Al-Bayan*, no. 30, (2014): 66. <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/bayan/article/view/124>

Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.¹⁸

3. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat

Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat yang selanjutnya disebut LPKSM adalah Lembaga Non Pemerintah yang terdaftar dan diakui oleh Pemerintah yang mempunyai kegiatan menangani perlindungan konsumen.¹⁹

4. Norma dan Etika Bisnis Islam Yusuf Qardhawi

Norma dan etika bisnis Islam adalah perilaku seorang dalam berbisnis yang harus selaras dan sesuai dengan aturan-aturan syariat Islam saat melakukan kegiatan bisnisnya. Aktivitas bisnis atau ekonomi tidak terlepas tuhan, yang artinya ketika seseorang berbisnis memiliki tujuan untuk memenuhi perintah Allah, dalam Norma dan Etika Bisnis Islam Yusuf Qardhawi yang digunakan dalam penelitian ini adalah asas dalam berbisnis dan peran pemerintah.²⁰

¹⁸ Pasal 1 Ayat 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

¹⁹ Pasal 1 Ayat 3 Peraturan Pemerintah 59 Tahun 2001 Tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.

²⁰ Yusuf Qardhawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam, Penerjemah Zainal Arifin dan Dahlia Husin*, (Jakarta, Gema Insani Press, 1997), 31.

F. Sistematika Penulisan

Pada bagian ini penulis akan menjelaskan bagaimana sistematika penulisan dari hasil penelitian/skripsi yang akan dikaji lebih lanjut dengan tujuan untuk mempermudah dalam memahami isi dari hasil penelitian ini. Adapun sistematika penulisan skripsi ini ialah terdiri dari 5 (lima) bab, untuk lebih jelasnya penulis uraikan sebagai berikut:

a. BAB I Pendahuluan

Berisi tentang Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Pembahasan.

b. BAB II Tinjauan Pustaka

Berisi pemikiran dan/atau konsep-konsep yuridis sebagai landasan teoritis untuk pengkajian dan analisis masalah dan berisi perkembangan data dan/atau informasi, baik secara substansial maupun metode-metode yang relevan dengan permasalahan penelitian.

c. BAB III Metode Penelitian

Metode penelitian empiris terdiri dari 8 hal didalamnya, diantaranya ialah: Jenis Penelitian, Pendekatan Penelitian, Lokasi Penelitian, Jenis dan Sumber Data, Metode Pengumpulan Data, dan Metode Analisis data.

d. BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini akan menguraikan dan menganalisis data-data yang telah diperoleh dari hasil wawancara, observasi, studi lapangan, kepustakaan dan dokumentasi kemudian dianalisis melalui data primer dan sekunder sehingga dapat menjawab rumusan asalah yang telah ditentukan sebagaimana yang telah tercantum pada bagian yang telah ditentukan.

e. BAB V Penutup

Pada bagian ini merupakan bab terakhir yang terdiri dari kesimpulan dan saran. Pada kesimpulan membaahas tentang jawaban singkat dari rumusan masalah sesuai yang telah ditetapkan. Jumlah dan poin yang dibahas sesuai dengan jumlah rumusan masalah. Saran adalah usulan atau anjuran pada pihak-pihak yang berkaitan dengan penelitian dan memiliki kewenangan terhadap konteks penelitian. Selain itu isi saran juga dapat dihubungkan dengan manfaat penelitian tersebut.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Setelah peneliti menelaah karya ilmiah yang ada, baik dari buku, jurnal, internet, dan beberapa penelitian dan skripsi yang ada dari berbagai Universitas, peneliti menemukan terdapat beberapa skripsi atau penelitian yang memiliki kesamaan atau hampir sama substansinya, namun berbeda fokus kajian, dan perspektif kajian terkait. Penelitian itu diantaranya:

Pertama, skripsi karya Trie Dinda Februari, “*Peranan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) Dalam Mewujudkan Perlindungan Konsumen Di Kota Padang*”, Fakultas Hukum Universitas Andalas Padang.²¹

Dalam penelitian ini yang menjadi fokus pembahasannya adalah terkait peranan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat dalam perlindungan konsumen di Kota Padang terhadap pelaku usaha yang melanggar. Sedangkan penelitian yang penulis lakukan sekarang berfokus pada problematika advokasi yang terdapat di LPKNI Kota Malang. Penelitian skripsi karya Trie Dinda

²¹ Trie Dinda Februari, “Peranan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) Dalam Mewujudkan Perlindungan Konsumen Di Kota Padang” (Skripsi, Universitas Andalas Padang, 2012), <http://scholar.unand.ac.id/80737/>

Februari dan penulis memiliki persamaan yaitu sama sama meneliti terkait LPKSM.

Kedua, skripsi karya Irfan Syahputra, *“Tinjauan Yuridis Terhadap Keberadaan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”*, Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.²²

Dalam penelitian skripsi ini yang menjadi fokus pembahasannya adalah terkait legalitas dan efektivitas dari keberadaan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat. Sedangkan penelitian yang penulis lakukan sekarang berfokus pada legalitas dan efektivitas dari advokasi yang dilakukan oleh LPKNI Kota Malang dengan peraturan perundang-undangan terkait LPKSM dan perlindungan konsumen yang berlaku.

Ketiga, skripsi karya Suraji Abdullah, *“Advokasi Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) Dalam Upaya Perlindungan Konsumen*

²² Irfan Syahputra, “Tinjauan Yuridis Terhadap Keberadaan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2021), <https://repository.uin-suska.ac.id/51935/>

(*studi di Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Kota Malang*)”, Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Malang.²³

Dalam skripsi ini terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang sedang penulis teliti sekarang. Persamaan dalam penelitian ini adalah lokasi penelitiannya yaitu di LPKNI Kota Malang, upaya advokasi dan keselarasan upaya yang dilakukan oleh LPKNI Kota Malang dalam pandangan hukum konvensional. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini adalah fokus penelitian, dalam skripsi karya Suraji Abdullah ini hanya fokus perihal legalitas advokasi secara hukum konvensional yang dilakukan oleh LPKNI Kota Malang. Sedangkan penelitian yang penulis teliti sekarang tidak hanya berfokus pada upaya advokasi secara hukum konvensional yang dilakukan LPKNI Kota Malang, akan tetapi juga dianalisis terkait keselarasan dan kesesuaian pandangan hukum Islam terhadap upaya advokasi yang dilakukan oleh LPKNI Kota Malang dalam melindungi hak-hak konsumen.

Keempat, skripsi karya Eva Mayang Sari, “*Pelaksanaan Tugas Perlindungan Konsumen Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus di Lembaga Perlindungan Konsumen Nusantara Indonesia (LPKNI) Kota Jambi*)”, Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.²⁴

²³ Suraji Abdullah, “Advokasi Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) Dalam Upaya Perlindungan Konsumen (studi di Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Kota Malang)” (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Malang, 2017), <https://eprints.umm.ac.id/37718/>

²⁴ Eva Mayang Sari, “Pelaksanaan Tugas Perlindungan Konsumen Perspektif Hukum Ekonomi Syariah Studi Kasus Di Lembaga Perlindungan Konsumen Nusantara Indonesia (LPKNI) Kota Jambi”

Dalam penelitian skripsi ini, fokus penelitiannya adalah pandangan Hukum Ekonomi Syariah terhadap pelaksanaan tugas perlindungan konsumen oleh LPKNI Kota Jambi. Dalam penelitian ini terdapat persamaan yaitu sama sama menggunakan bahan analisis hukum islam, perbedaan yang terdapat dalam penelitian yang penulis teliti sekarang yakni perbedaan perspektif dengan penelitian skripsi karya Eva Mayang Sari, yaitu perspektif yang penulis gunakan adalah asas-asas yang dijadikan pedoman dalam kegiatan berbisnis dalam hukum islam sebagai perspektif untuk melihat kesesuaian upaya dan problem advokasi yang terdapat di LPKNI Kota Malang dalam melindungi hak-hak konsumen dengan hukum islam.

Kelima, skripsi karya Rahmad Rivai, *“Pelaksanaan Tugas Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat Terkait Adanya Sengketa-Sengketa Konsumen Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”* Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara Medan.²⁵

Dalam skripsi ini Rahmad Rivai fokus membahas terkait pelaksanaan tugas LPKSM dalam menyelesaikan sengketa-sengketa konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen secara normatif,

(Skripsi, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2020),
<http://repository.uinjambi.ac.id/6547/>

²⁵ Rahmad Rivai “Pelaksanaan Tugas Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat Terkait Adanya Sengketa-Sengketa Konsumen Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen” (Skripsi, Universitas Sumatera Utara Medan, 2020),
<https://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/142831>

yang mana peran LPKSM dalam penyelesaian sengketa konsumen adalah termasuk bentuk advokasi. Penelitian yang sedang penulis teliti ini memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian Rahmad Rivai yaitu penulis juga meneliti terkait upaya dan problem advokasi akan tetapi secara empiris yaitu mengumpulkan data dari kasus kasus yang terjadi di lapangan.

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Trie Dinda Februari, (Fakultas Hukum Universitas Andalas Padang, 2012)	Peranan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) Dalam Mewujudkan Perlindungan Konsumen Di Kota Padang	Membahas terkait upaya dan peran Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat	Fokus Penelitian
2.	Irfan Syahputra, (Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2020)	Tinjauan Yuridis Terhadap Keberadaan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen	Membahas terkait Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat	1. Fokus Penelitian 2. Jenis Penelitian 3. Bahan Hukum

3.	Suraji Abdullah, (Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Malang, 2017).	Advokasi Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) Dalam Upaya Perlindungan Konsumen (studi di Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Kota Malang)	Membahas terkait Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Indonesia Kota Malang	1. Fokus Penelitian 2. Bahan Hukum
4.	Eva Mayang Sari, (Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.	Pelaksanaan Tugas Perlindungan Konsumen Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus di Lembaga Perlindungan Konsumen Nusantara Indonesia (LPKNI) Kota Jambi)	Membahas perlindungan konsumen oleh Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat perspektif hukum islam	1. Bahan Hukum 2. Fokus Penelitian
5.	Rahmad Rivai, (Fakultas Hukum Universitas	Pelaksanaan Tugas Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya	Membahas upaya yang dilakukan oleh Lembaga	1. Fokus Penelitian

	Sumatera Utara Medan, 2015)	Masyarakat Terkait Adanya Sengketa- Sengketa Konsumen Menurut Undang- Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen	Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat	2. Jenis Penelitian 3. Bahan Hukum
--	--------------------------------	---	---	---

B. Kerangka Teori

1. Advokasi

a. Pengertian Advokasi

Ada beberapa pengertian dari advokasi, salah satunya yang dikatakan oleh Makinuddin dan Sasonko yang dikutip dalam jurnal Teuku Zulyadi mengatakan bahwa Advokasi adalah proses litigasi dan alat untuk melakukan perubahan kebijakan, beberapa kalangan juga menggunakan dan mengartikan advokasi sebagai pemihakan, pengorganisasian, pendidikan, pendampingan, pemberdayaan, penguatan, penyadaran, pencerahan, dan sebagainya.²⁶

b. Jenis-jenis Advokasi

²⁶ Teuku Zulyadi, "Advokasi Sosial", *Jurnal Al-Bayan*, no. 30, (2014): 66. <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/bayan/article/view/124>

Terdapat 3 jenis tipe advokasi yaitu:²⁷

1) Advokasi Kasus

Advokasi kasus adalah kegiatan yang dilakukan seorang pekerja sosial untuk membantu klien agar mampu menjangkau sumber atau pelayanan sosial yang telah menjadi haknya.

2) Advokasi Kelas

Advokasi kelas adalah pelayanan advokasi bagi kelompok-kelompok klien atau untuk segmen penduduk yang memiliki masalah yang sama.

3) Advokasi Legislatif

Legislatif advokasi ini adalah aktifitas advokasi yang dilakukan dalam proses pembahasan undang-undang.

2. Perlindungan Konsumen

a. Pengertian Perlindungan Konsumen

Undang-undang Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa, perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Perlindungan konsumen memiliki cakupan yang luas, meliputi perlindungan konsumen terhadap barang dan

²⁷ Teuku Zulyadi, "Advokasi Sosial", *Jurnal Al-Bayan*, no. 30, (2014): 69. <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/bayan/article/view/124>

jasa, yang berawal dari tahap kegiatan untuk mendapatkan barang dan jasa hingga sampai akibat-akibat dari pemakaian barang atau jasa tersebut.²⁸

Rumusan pengertian perlindungan konsumen tersebut yang terdapat dalam pasal 1 angka 1 UUPK cukup memadai untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen, sebagaimana yang dikemukakan oleh Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo. Mereka menyatakan bahwa, kalimat “*segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum*”, tidak berarti bahwa kepentingan para pelaku usaha tidak diperhatikan dalam undang-undang ini, mengingat kelangsungan dan perkembangan nasional, banyak ditentukan oleh para pelaku usaha.²⁹

b. Tujuan Perlindungan Konsumen

Dalam pasal 3 UUPK mengatur tentang tujuan perlindungan konsumen, yakni sebagai berikut:

- 1) Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.
- 2) Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa.

²⁸ Rosmawati, *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2018), 6.

²⁹ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Edisi Revisi, Cetakan ke-10, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2017), 1.

- 3) Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.
- 4) Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.
- 5) Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha.
- 6) Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, dan keselamatan konsumen.³⁰

c. Asas-Asas Perlindungan Konsumen

Menurut pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, perlindungan konsumen menganut lima asas, yaitu:³¹

- 1) Asas Manfaat dimaksudkan untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.

³⁰ Pasal 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

³¹ Abdul Atsar dan Rani Apriani, *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*, (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2009), 26.

- 2) Asas Keadilan dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.
- 3) Asas Keseimbangan dimaksudkan untuk memberi keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha dan pemerintah dalam materiil dan spiritual.
- 4) 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 atau digunakan.
- 5) Asas Kepastian Hukum dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum

d. Hak-Hak Konsumen

Secara umum dikenal ada 4 hak dasar konsumen yang diakui secara international, yaitu:

- 1) Hak mendapatkan keamanan (*the right to savety*)
- 2) Hak untuk mendapatkan informasi (*the right to be informed*)

3) Hak untuk memilih (*the right to choose*)

4) Hak untuk didengar (*the right to hear*)

Selain empat hak diatas, Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) Pasal 4 menyebutkan;

- 1) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa
- 2) Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan
- 3) Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa
- 4) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan
- 5) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut
- 6) Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen
- 7) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif
- 8) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya

9) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundangundangan lainnya.

3. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat

a. Pengertian Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.

Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) atau Lembaga Perlindungan Konsumen Nusantara Indonesia (LPKNI) adalah lembaga swadaya masyarakat yang bergerak dalam bidang perlindungan konsumen. Dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen, Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) memiliki kesempatan untuk berperan aktif dalam mewujudkan perlindungan konsumen.

Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat merupakan lembaga non pemerintah yang terdaftar dan diakui keberadaannya oleh pemerintah. Pemerintah mengakui pembentukan Lembaga Konsumen Swadaya Masyarakat apabila telah memenuhi persyaratan:

1. Terdaftar pada pemerintahan Kabupaten/Kota.
2. Bergerak dibidang perlindungan konsumen sebagaimana tercantum dalam anggaran dasarnya.³²

³² Pasal 2 Ayat 1 Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 Tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.

b. Tugas dan Wewenang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.

Berkaitan dengan implementasi perlindungan konsumen, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mengatur tugas dan wewenang LPKSM sebagaimana tertuang dalam pasal 44 dan Pasal 3 Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 Tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM), yakni sebagai berikut:

1. Menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa.
2. Memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukannya.
3. Bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen.
4. Membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen.
5. Melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.

Selanjutnya dalam Pasal 7 Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 Tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, dijelaskan bahwa dalam melaksanakan tugasnya dalam membantu konsumen memperjuangkan haknya LPKSM dapat melakukan advokasi atau pemberdayaan

konsumen yang bertujuan agar konsumen dapat memperjuangkan haknya secara mandiri. Dalam melaksanakan advokasi atau pemberdayaan konsumen, LPKSM dapat membantu konsumen secara perorangan maupun kelompok.

Dalam melaksanakan tugasnya, LPKSM dapat melakukan kerjasama bersama pemerintah ataupun dengan organisasi yang bersifat nasional maupun internasional. Kerjasama yang dilakukan bersama pemerintah ataupun organisasi lainnya dapat berupa pengawasan, survei, penelitian dan pengujian terhadap barang atau jasa yang beredar di masyarakat, hal ini merupakan upaya untuk menghindarkan konsumen dari barang atau jasa yang dapat merugikan konsumen. LPKSM juga dapat berukar informasi dengan pemerintah dan lembaga atau organisasi lain yang dapat meningkatkan perlindungan terhadap konsumen, dan juga LPKSM dapat terjun langsung dalam memberikan perlindungan preventif ke masyarakat dengan cara melakukan penyuluhan atau pendidikan terhadap konsumen.

c. Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat Dalam Penyelesaian Sengketa

Berdasarkan Pasal 46 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen gugatan atas pelanggaran pelaku usaha dapat dilakukan oleh:

- a. Seorang konsumen yang dirugikan atau ahli waris yang bersangkutan;
- b. Sekelompok konsumen yang mempunyai kepentingan yang sama;
- c. Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuhi syarat, yaitu berbentuk badan hukum atau yayasan, yang dalam anggaran dasarnya menyebutkan dengan tegas bahwa tujuan didirikannya organisasi tersebut adalah untuk kepentingan perlindungan konsumen dan telah melaksanakan kegiatan sesuai dengan anggaran dasarnya;
- d. Pemerintah dan/atau instansi terkait apabila barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau dimanfaatkan mengakibatkan kerugian materi yang besar dan/atau korban yang tidak sedikit.

Dalam Pasal 2 UU Perlindungan Konsumen juga disebutkan bahwa gugatan yang diajukan oleh kelompok konsumen, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat atau pemerintah diajukan kepada peradilan umum.

4. Norma Dan Etika Bisnis Islam

- a. Pengertian Norma dan Etika Bisnis Islam.

Norma dan etika bisnis Islam adalah perilaku seorang dalam berbisnis yang harus selaras dan sesuai dengan aturan-aturan syariat Islam saat melakukan kegiatan bisnisnya. Aktivitas bisnis atau ekonomi tidak terlepas

tuhan, yang artinya ketika seseorang berbisnis memiliki tujuan untuk memenuhi perintah Allah SWT.

b. Asas-asas Dalam Berbisnis

Dalam Hukum Islam juga terdapat asas dan tujuan dalam perlindungan konsumen yang juga menjadi asas-asas dalam melakukan kegiatan berbisnis, yang dikemukakan oleh Yusuf Qardhawi, yaitu:³³

- 1) Asas *tauhid* (mengesakan Allah), dari seluruh kegiatan bisnis di dalam hukum Islam ditempatkan pada asas tertinggi.
- 2) Asas *Istiklaf*, yang menyatakan bahwa apa yang dimiliki oleh manusia hakikatnya adalah titipan dari Allah, manusia hanyalah sebagai pemegang amanah yang diberikan kepadanya.
- 3) Asas *Al-Ihsan*, yaitu melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskannya untuk melaksanakan perbuatan tersebut.
- 4) Asas *Al-Amanah*, setiap pelaku usaha adalah pengemban amanah untuk masa depan dunia dengan segala isinya, oleh karena itu

³³ Nurhalis, "Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam Dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999", *Jurnal IUS*, no. 9 (2015): 529.
<https://jurnalius.ac.id/ojs/index.php/jurnalIUS/article/download/267/237>

apapun yang dilakukannya akan dipertanggung jawabkan dihadapan Allah.

- 5) Asas *Ash-Shidiq*, merupakan perilaku jujur, yang paling utama didalam berbisnis adalah kejujuran.
- 6) Asas *Al-Adl*, adalah keadilan, keseimbangan dan kesetaraan yang menggambarkan dimensi horizontal dan berhubungan dengan harmonisasi segala sesuatu di alam semesta ini.
- 7) Asas *Al-Khiyar*, hak untuk memilih dalam transaksi bisnis, hukum islam menerapkan asas ini untuk menjaga agar tidak perselisihan antara pelaku usaha dengan konsumen.
- 8) Asas *Ta'wun*, adalah tolong menolong, karena tidak ada satupun manusia yang tidak membutuhkan bantuan dari orang lain.
- 9) Asas keamanan dan keselamatan dalam hukum islam ada lima hal yang dijaga dan dipelihara, yaitu memelihara agama, memelihara jiwa, memelihara akal, memelihara keturunan dan memelihara harta.

c. Peran Negara Dalam Menetapkan Norma Dan Etika Bisnis Islam.

Yusuf Qardhawi mengatakan bahwa negara memiliki peran yang besar dalam menerapkan norma dan etika bisnis islam. Tugas negara adalah

mengubah norma menjadi undang-undang dan memindahkan etika menjadi praktek sehari-hari.³⁴

Negara memiliki kewenangan untuk membentuk suatu badan khusus yang bertugas mengawasi dan meningkatkan kualitas ekonomi, mengadili orang yang melanggar dan menegur atau memberi sanksi kepada orang yang lalai dari syariat dalam berbisnis. Negara juga bertugas menegakkan kewajiban yang harus dilaksanakan oleh setiap individu dan melakukan pencegahan agar tidak terjadi perbuatan haram dalam berbisnis.

Nabi Muhammad SAW juga mencontohkan bahwa pemerintah atau negara harus bertindak sebagai pengawas, pembimbing dan pendidik dalam kegiatan berbisnis. Nabi ketika itu seringkali berkunjung ke pasar untuk mengawasi, memberikan nasihat dan terkadang memberi teguran kepada pedagang yang lalai, bahkan Nabi juga menempatkan sahabatnya yaitu Said bin Said Ibnul Ash sebagai kepala pasar di mekkah.³⁵

d. Norma dan Etika Bisnis Islam Dalam Perlindungan Konsumen.

Pelaksanaan perekonomian dalam islam sepenuhnya berdasarkan ajaran yang terkandung dalam Al-Qur'an, sunnah Rasulullah, dan ajaran yang dilaksanakan para sahabat. Dengan adanya perlindungan konsumen maka

³⁴ Yusuf Qardhawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam, Penerjemah Zainal Arifin dan Dahlia Husin*, (Jakarta, Gema Insani Press, 1997), 31.

³⁵ Yusuf Qardhawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam, Penerjemah Zainal Arifin dan Dahlia Husin*, (Jakarta, Gema Insani Press, 1997), 252-255.

diharapkan kehidupan masyarakat akan lebih baik, aman, dan terhindar dari tindakan yang merugikan. Terlepas dari hal tersebut di atas, yang tidak kalah pentingnya adalah untuk menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Tentu saja ini tidak lepas dari adanya kesadaran produsen sehingga kedua belah pihak tidak saling dirugikan.³⁶

Dalam Al-Qur'an dijelaskan bahwa bisnis harus tidak menzalimi dan tidak pula dizalimi. Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Baqarah ayat (279):

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

Sepintas ayat ini memang berbicara tentang riba, tetapi secara tersirat mengandung pesan-pesan perlindungan konsumen. Di akhir ayat disebutkan tidak menganiaya dan tidak dianiaya (tidak menzalimi dan tidak pula dizalimi). Dalam konteks bisnis, potongan pada akhir ayat tersebut mengandung perintah perlindungan konsumen, bahwa antara pelaku usaha dan konsumen dilarang untuk saling menzalimi atau merugikan satu dengan yang lainnya. Hal ini berkaitan dengan hak-hak konsumen dan juga hak-hak pelaku usaha. Konsep

³⁶ Muhammad Djakfar, *Hukum Bisnis: Membangun Wacana Integrasi Perundangan Nasional dengan Syariah*, (Yogyakarta: PT LKis Printing Cemerlang, 2009), 354.

bisnis dalam Islam harus dilandasi oleh nilai-nilai dan etika yang menjunjung tinggi kejujuran dan keadilan³⁷.

Islam juga memiliki prinsip dalam hal melindungi kepentingan manusia, sebagaimana sabda Rasulullah yang menyatakan:

Dari Abu Said bin Sinan al-Khudri ia berkata: “Sesungguhnya Rasulullah SAW bersabda: “Tidak boleh melakukan perbuatan yang memudharatkan dan tidak boleh membalas kemadharatan dengan cara yang salah”. (HR. Ibnu Majjah dan al-Daruqutni).³⁸

Maksud dari hadist diatas adalah sesama pihak yang berserikat hendaknya saling menjaga hak dan kewajiban masing-masing. Sehingga tidak terjadinya kecurangan-kecurangan yang dapat mengakibatkan kerugian sebelah pihak yang melakukan perserikatan tersebut. Hal yang paling penting adalah bagaimana sikap pelaku usaha agar memberikan hak-hak konsumen yang seharusnya pantas diperoleh, serta konsumen menyadari apa yang menjadi kewajibannya. Dengan saling menghormati apa yang menjadi hak dan

³⁷ Jusmaliani, *Bisnis berbasis syariah*, (Jakarta, Bumi Aksara, 2008), 49.

³⁸ Eva Mayang Sari, “Pelaksanaan Tugas Perlindungan Konsumen Perspektif Hukum Ekonomi Syariah Studi Kasus Di Lembaga Perlindungan Konsumen Nusantara Indonesia (LPKNI) Kota Jambi” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2020), 11, <http://repository.uinjambi.ac.id/6547/>

kewajiban masing-masing, maka akan terjadilah keseimbangan sebagaimana yang telah diajarkan dalam Hukum Islam.³⁹

³⁹ Muhammad Djakfar, *Hukum Bisnis: Membangun Wacana Integrasi Perundangan Nasional dengan Syariah*, (Yogyakarta: PT LKis Printing Cemerlang, 2009), 358.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metodologi dalam pelaksanaan suatu penelitian adalah suatu hal yang cukup penting walaupun kegiatan tersebut ditentukan juga oleh disiplin keilmuan dan pola meneliti dari peneliti yang bersangkutan. Mengingat pentingnya metodologi dalam suatu penelitian, maka Soerjono Soekanto mendefinisikan metodologi sebagai suatu unsur mutlak yang harus ada dalam penelitian dan pengembangan ilmu pengetahuan.⁴⁰

A. Jenis Penelitian

Berkaitan dengan pemaparan dari latar belakang di atas penelitian ini memakai jenis penelitian lapangan (Yuridis Empiris), penelitian ini juga dikenal dengan penelitian sosial yang menurut pandangan Soerjono Soekanto meliputi penelitian dengan menggunakan identifikasi hukum (hukum tidak tertulis) dan penelitian terhadap efektifitas hukum.⁴¹ Dengan kata lain penelitian yang seperti ini merupakan penelitian yang dilakukan berdasarkan keadaan yang sebenarnya terjadi di masyarakat dengan tujuan untuk mengetahui fakta-fakta juga memperoleh data-data sesuai dengan kebutuhan dari penelitian yang hendak diteliti, selanjutnya setelah data diperoleh maka mengidentifikasi masalah yang tujuannya memperoleh jawab dari penyelesaian masalah.

⁴⁰ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jakarta: UI Press, 1984), 7.

⁴¹ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jakarta: UI Press, 2015), 51.

B. Pendekatan Penelitian

Berdasarkan jenis penelitian yang dipakai peneliti, skripsi ini merupakan penelitian dengan menggunakan pendekatan Yuridis Sosiologis (*Social Legal Approach*) dimana pendekatan tersebut digunakan sebagai sarana dalam mengkaji aspek hukum dengan aspek hukum dilapangan yang terjadi dikalangan masyarakat. Yuridis Sosiologis merupakan sebuah penelitian yang biasa dilakukan dalam menemukan fakta (*Fact-Finding*) di kehidupan masyarakat, yang selanjutnya beralih pada identifikasi (*Problem-Indentification*), kemudian diakhiri dengan penyelesaian masalah (*Problem Solution*).⁴²

Selain pendekatan Yuridis Sosiologis peneliti menggunakan pendekatan kualitatif, Menurut Bogdan dan Taylor dalam buku karya Soerjono Soekanto bahwa pendekatan kualitatif merupakan proses penelitian dalam memperoleh data deskriptif berupa kata-kata tulisan atau lisan dari perilaku seseorang yang dapat diamati.⁴³

C. Lokasi Penelitian

Dalam penentuan sebuah lokasi peneliti sangat perlu untuk mempertimbangkan secara substantif dan mendalami permasalahan yang akan diteliti, selanjutnya diperlukan pula pertimbangan secara geografi dan efektif seperti waktu, biaya serta tenaga. Dari beberapa pertimbangan itulah peneliti

⁴² Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jakarta: UI Press, 2015), 50

⁴³ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jakarta: UI Press, 2015), 32

memilih lokasi penelitian di Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Indonesia Kota Malang yang beralamat di Jl. Raya Wapoga No. 2 Perum Ngujil Permai II Bunulrejo, Blimbing, Kota Malang.

D. Metode Penentuan Subjek

Dalam penelitian, Subjek penelitian merupakan individu yang turut andil dalam penelitian dengan syarat syarat tertentu. Dalam penelitian ini metode yang digunakan yaitu *Non Probability Sampling* dengan teknik *Purposive Sampling*.

Non Probability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini meliputi, *sampling, kuota, aksidental, purposive, saturation, dense, snowball*.

Purposive Sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Alasan menggunakan Teknik *Purposive Sampling* adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan fenomena yang diteliti. Oleh karena itu, penulis memilih teknik *Purposive Sampling* yang menetapkan pertimbangan-pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel-sampel yang digunakan dalam penelitian ini.⁴⁴

E. Sumber Data

⁴⁴ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jakarta: UI Press, 2015), 196.

Sumber data dalam sebuah penelitian berarti sekumpulan perolehan data yang dibutuhkan oleh peneliti, atau lebih di kenal dengan darimana data tersebut didapatkan dari manusia. Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan sumber data manusia adalah pengurus dan klien yang menjadi konsumen di Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Indonesia Kota Malang.⁴⁵

a. Data Primer yaitu data yang di dapatkan secara langsung dari sumber pertama yang terkait dengan permasalahan yang akan dibahas, hal tersebut bisa di lakukan melalui wawancara.⁴⁶ Dalam hal ini peneliti memilih data primer terkait Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Indonesia Kota Malang yaitu:

- 1) Presiden LPKNI Kota Malang.
- 2) Pengurus LPKNI Kota Malang.

b. Data sekunder yaitu datang yang berperan sebagai pelengkap data utama (primer) yang diperoleh dari berbagai sumber yang ada kaitannya dengan penelitian yang diteliti, sedangkan data-data tersebut bisa didapatkan melalui kajian pustaka seperti buku-buku ilmiah, hasil penelitian dan sebagainya, data sekunder juga terdiri dari dokumen-dokumen yang mana dalam penelitian ini yaitu dokumen milik LPKNI Kota Malang, buku-buku, perundang-

⁴⁵ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jakarta: UI Press, 2015), 7.

⁴⁶ Bahder Johan Nasution, *Metode Penelitian Ilmu Hukum*, (Bandung: Mandar Maju, 2008), 167-168.

undangan, laporan hasil penelitian dan lain sebagainya.⁴⁷ Dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai bahan data sekunder adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 Tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat. Selain peraturan perundang-undangan ada pula buku-buku, jurnal dan skripsi tentang perlindungan konsumen, Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, Hukum Islam dalam perlindungan konsumen dan lain sebagainya.

F. Metode Pengumpulan Data

Data merupakan bahan utama dalam memperoleh jawaban dari permasalahan sebuah penelitian. Maka dengan itu, data yang dikumpulkan harus berupa data akurat dan autentik serta dapat dipertanggung jawabkan. Selanjutnya jenis data yang disatukan dalam penelitian ini berupa data primer dan sekunder yang telah di sesuaikan dengan pendekatan penelitian yang hendak di teliti, adapun teknik pengumpulan datanya dengan menggunakan wawancara langsung dan dokumentasi.

1. Wawancara adalah kondisi dimana antara pewawancara dengan narasumber melakukan sesi tanya jawab secara bertatap muka, dalam hal ini pewawancara akan mengajukan beberapa

⁴⁷ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jakarta: UI Press, 2015), 12.

pertanyaan yang telah di rancang sebelumnya guna memperoleh sebuah jawaban yang relevan dari problematika yang akan diteliti, dalam hal ini peran responden menjadi poin utamanya.⁴⁸

2. Dokumentasi, dalam hal ini bentuk dokumentasinya dari yang tertulis sederhana sampai yang lebih lengkap, dan bahkan bisa berupa benda-benda lain.⁴⁹ Dalam penelitian ini dalam mengumpulkan data yaitu dengan cara melihat kembali literatur atau dokumen yang relevan dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini

G. Teknis Pengelolaan Data

Pada penelitian hukum empiris pengelolaan sebuah data tidak lepas dari cara menganalisis data. Data yang diperoleh wajib selaras dengan validitas data di lapangan dengan demikian penggunaan cara kualitatif sangat dibenarkan yaitu memecahkan data kedalam bentuk kalimat atau diksi yang sudah diatur, tidak biasa, dan logis sehingga memudahkan dalam menginterpretasikan sebuah data. Menurut Miles dan Huberman tahapan-tahapan dalam pengolahan data meliputi⁵⁰:

- a. Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang mempertegas, memperpendek, membuat fokus, membuang hal yang tidak penting,

⁴⁸ Bahder Johan Nasution, *Metode Penelitian Ilmu Hukum*, (Bandung: Mandar Maju, 2008), 167-168.

⁴⁹ Bahder Johan Nasution, *Metode Penelitian Ilmu Hukum*, (Bandung: Mandar Maju, 2008), 169.

⁵⁰ Mathew B. Miles dan A. Michael Huberman, *Analisa data Kualitatif*, (Jakarta: UI-Pers, 1992), 15-20

dan mengatur data sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat dilakukan. Reduksi data berlangsung terus-menerus selama penelitian berlangsung.

- b. Penyajian data adalah menyusun informasi dengan cara tertentu sehingga memungkinkan penarikan kesimpulan atau pengambilan data ini membantu untuk memahami peristiwa yang terjadi dan mengarah pada analisa atau tindakan lebih lanjut berdasarkan pemahaman.
- c. Penarikan kesimpulan adalah sebagai langkah terakhir yang meliputi pemberian makna data yang telah disederhanakan dan disajikan kedalam penyajian data dengan cara logis dan metodologi konfigurasi yang memungkinkan untuk diprediksi hubungan sebab akibat melalui hukum empiris.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Profil Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Kota Malang

(LPKNI)

Kota Malang adalah sebuah kota yang terletak di Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Kota ini merupakan kota terbesar di kedua di Jawa Timur setelah Kota Surabaya menurut jumlah penduduk. Selain memiliki jumlah penduduk terbesar kedua, Kota Malang juga tergolong pesat akan pertumbuhan ekonomi. Pertumbuhan perdagangan yang pesat disatu sisi dapat meningkatkan variasi pruduk barang/jasa untuk dikonsumsi oleh konsumen, namun disisi lain produk barang/jasa tersebut jika tidak dilakukan pengawasan yang baik dan benar, maka akan memunculkan kerugian pada pihak konsumen. Oleh karena itu, dibutuhkan kerjasama yang baik antara pemerintah sebaai penanggung jawab penuh juga lembaga non pemerintah dalam hal ini Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Indonesia sebagai lembaga yang terbentuk karena Undang-undang.

Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Indonesia Kota Malang adalah Lembaga yang berbentuk Perseroan Terbatas (PT) yang dibuktikan dengan Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Nomor AHU-01458.40.20.2014 terbentuk pada tanggal 30 Desember Tahun 2009, dengan Tanda Daftar Lembaga Perlindungan Konsumen (TDLPK) yang didaftarkan di Pemerintahan Kota Malang dengan Nomor:

519/1175/35.73.311/2009. LPKNI terletak di Jl. Raya Wapoga 2, Perum Ngujil Permai II, Bunulrejo, Kecamatan Blimbing, Kota Malang, Telp: 0341-492174.

Motifasi berdirinya Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Indonesia Kota Malang selain karena kehendak Undang-undang juga merupakan refleksi dari keadaan objektif yang tidak lepas dari berbagai keluhan konsumen terkait dengan kerugian yang diderita akibat mengonsumsi produk barang/jasa dari pelaku usaha.

Sesuai dengan amanah Undang-undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, LPKNI Kota Malang juga dapat berperan aktif dalam mewujudkan upaya perlindungan konsumen yaitu dengan membantu meningkatkan kesadaran konsumen akan hak-haknya dan kewajiban, melakukan penelitian serta pengujian, menerima pengaduan dalam bentuk apapun, juga melakukan tindakan advokasi baik diluar pengadilan maupun langsung melalui jalur pengadilan. Selain Itu LPKNI diharapkan dapat menjadi alat pengendali bagi para pelaku usaha dalam meningkatkan pelayanan kepada konsumen. LPKNI diharapkan juga dapat menjali kerjasama yang baik denga aparat pemerintah dalam hal ini pemeritah daerah, serta menjadi mitra bagi pemerintah untuk melaksanakan kegiatan perlindungan kepada konsumen seusai ketentuan Undang-undang.⁵¹

2. Visi dan Misi Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Kota Malang.

⁵¹ LPKNI, Company Profile, 2020

Sebagai Organisasi Non-Pemerintah yang bergerak dibidang perlindungan konsumen, tentu Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, dalam hal ini Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Indonesia Kota Malang (LPKNI) memiliki Misi dan Misi yang hendak dilaksanakan, di antaranya:

a. Visi:

1. Menyeimbangkan serta membangun pemberdayaan konsumen
2. Menciptakan kerangka dan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum, kebebasan informasi, serta akses memperoleh informasi

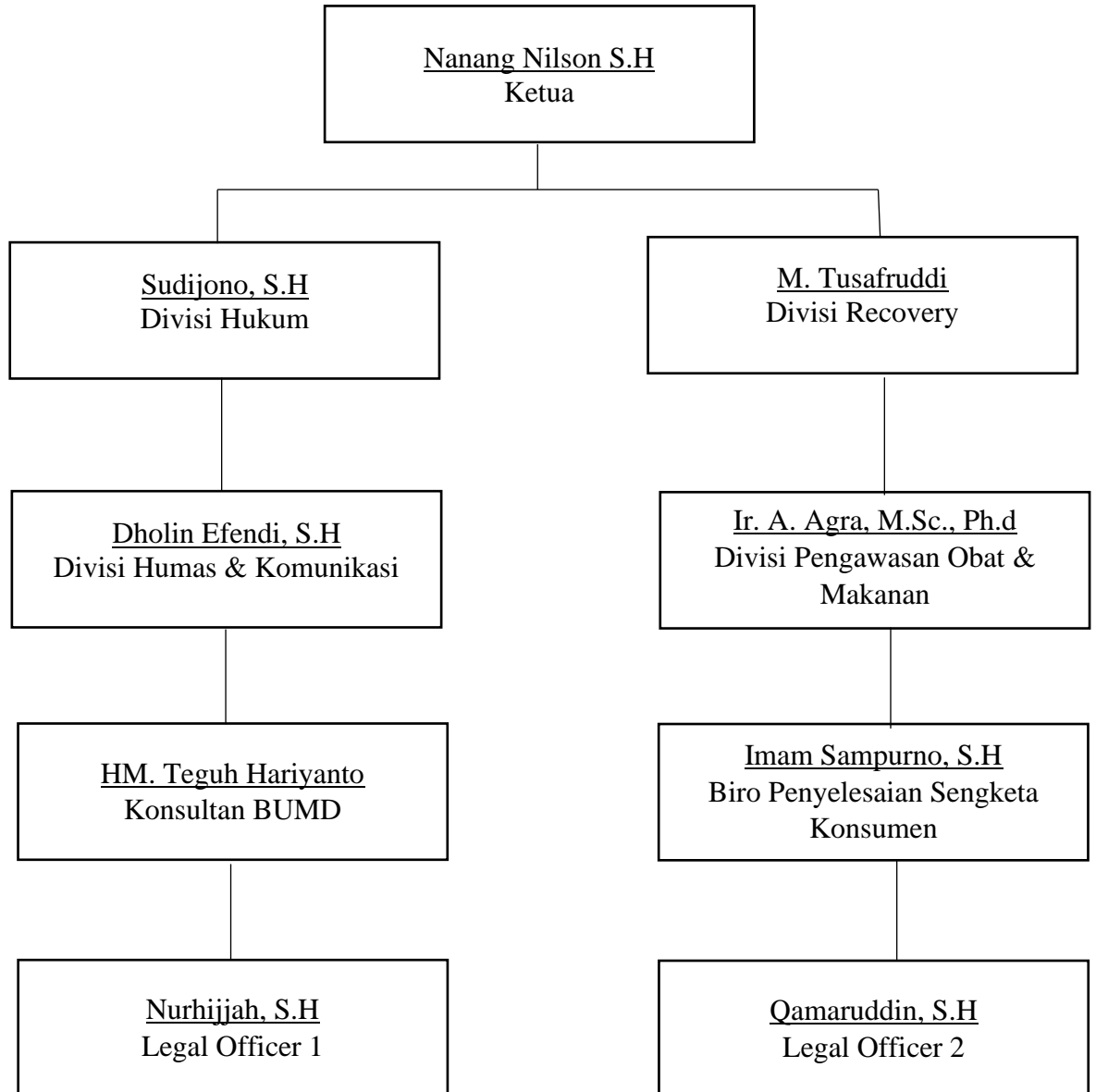
b. Misi:

1. Mengangkat harkat dan martabat konsumen melalui cara meminimalisir efek dan akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa
2. Memberikan informasi serta edukasi mengenai masalah perlindungan konsumen melalui seminar, dan media online maupun media cetak
3. Bertindak cepat dan tanggap terhadap keluhan yang disampaikan konsumen
4. Melakukan pendampingan hukum atas pelanggaran terhadap hak-hak konsumen yang dilakukan oleh pelaku usaha.⁵²

3. Struktur Organisasi Lembaga Perlindungan Konsumen (Kota Malang)

⁵² LPKNI, Company Profile, 2020

Struktur Organisasi



Struktur organisasi Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Indonesia Kota Malang (LPKNI) dibentuk tentunya didasarkan pada kebutuhan

akan kinerja organisasi. Penempatan Sumber Daya Manusia (SDM) pun tidak luput dari pemahaman potensi SDM-nya, adapun penjelasan pola struktur LPKNI adalah sebagai berikut:

1. Fungsi Ketua

Sebagai penanggung jawab penuh atas kegiatan yang dilakukan LPKNI, Ketua juga turut langsung dalam menangani proses kegiatan-kegiatan LPKNI seperti turut ikut dalam kegiatan sosialisasi, sampai pada mendengar keluhan yang disampaikan konsumen

2. Fungsi Divisi Hukum

Sebagai bentuk dari tindakan nyata advokasi, maka Divisi Hukum ditugaskan untuk mengkaji permasalahan konsumen setelah mendapatkan paengaduan. Kajian ini diharapkan akan menemukan titik temu atas permasalahan yang diderita konsumen.

3. Fungsi Divisi Recovery

Divisi ini ditugaskan untuk melakukan temuan-temuan yang dapat mendongkrak kinerja organisasi, melakukan penelitian-penelitian yang berhubungan dengan upaya perlindungan konsumen dan juga mengadakan kegiatan-kegiatan organisasi dalam upaya perlindungan konsumen.

4. Fungsi Divisi Hubungan Masyarakat dan Publikasi

Divisi ini ditugaskan untuk bergerak secara eksternal dalam upaya perlindungan konsumen. Menjadi jembatan sekaligus media untuk mempublikasiakan keberadaan LPKNI kepada masyarakat adalah fungsi utama dari divisi ini. Selain itu, sebagai bentuk pertanggung jawaban kepada pemerintah daerah, divisi ini juga berfungsi melakukan dokumentasi atas kegiatan-kegiatan dari LPKNI.

5. Fungsi Divisi Pengawasan Obat Dan Makanan

Divisi ini ditugaskan untuk melakukan pengawasan terhadap beredarnya obat-obatan dan makanan yang merupakan produk barang yang dipasarkan pelaku usaha. Dalam melakukan pengawasan ini divisi ditugaskan juga untuk melakukan koordinasi eksternal dengan instansi terkait.

6. Konsultan Badan Usaha Milik Desa

Bidang ini bertugas memberikan konsultasi hukum kepada badan usaha yang dioperasikan atau dijalankan oleh desa. Kegiatan ini berbetuk memberikan pertimbangan, petunjuk atau nasehat kepada badan usaha desa yang membutuhkan jasa konsultasi.

7. Biro Penyelesaian Sengketa Konsumen

Tugas yang dijalankan biro ini adalah melakukan pendampingan hukum dan/atau memberikan konsultasi seputar permasalahan yang telah diadukanke LPKNI untuk selanjutnya diselesaikan baik melalui jalur Litigasi atau Non Litigasi.

8. Legal Officer

Bidang Legal Officer adalah yang mana ditugaskan untuk mengurus hal-hal administratif berupa; perizinan LPKN, mengarsipkan dokumen-dokumen LPKNI dan menyangkut hal administratif lainnya. Kedua bidang Legal Officer pada LPKNI pada prinsipnya sama, namun Legal Officer 1 berperan lebih kepada Sekretaris LPKNI, sedangkan untuk Legal Officer 2 tidak termasuk dalam bidang kesekretariatan.⁵³

4. Daftar Aduan dan Konsultasi Konsumen ke LPKNI⁵⁴

No.	Pelaku Usaha Yang Diadukan	Jumlah
1.	Pelaku Usaha Bank	67
2.	Pelaku Usaha Finance	12
3.	Pelaku Usaha Koperasi	7
4.	Pelaku Usaha Asuransi	3
5.	Pelaku Usaha Makanan	10
6.	Pelaku Usaha Kesehatan	7
	Jumlah Total	106

5. Daftar Program LPKNI

1. Standarisasi Warung Makan

⁵³ LPKNI, Company Profile, 2020

⁵⁴ LPKNI, Arsip Kasus, 2019-2022

Standarisasi warung adalah budaya bersaing secara sehat antara warung yang pada gilirannya akan menguntungkan konsumen baik dari sisi harga, rasa dan pelayanan.

2. Penelitian dan Pengawasan Madu

LPKNI mengadakan program ini dengan tujuan untuk melindungi konsumen dari adanya madu palsu. LPKNI mengadakan program ini agar tidak ada masyarakat yang mengkonsumsi madu palsu sehingga akan menimbulkan penyakit yang berbahaya.

3. Sosialisasi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Kegiatan ini diadakan kepada masyarakat untuk memberikan informasi edukatif sekaligus wacana terkait dengan upaya perlindungan terhadap konsumen. Dalam sosialisasi ini dilakukan pembahasan mendalam terkait hak-hak konsumen

4. Seminar Perlindungan Konsumen

Dalam melaksanakan kegiatan ini LPKNI biasanya bekerjasama dengan berbagai pihak seperti, universitas, Pengadilan Negeri, Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) dan lembaga lainnya. Kegiatan ini bertujuan untuk memeberikan pemahaman kepada peserta mengenai hal –hal yang terdapat dalam pasal per pasal UUPK, terutama mengenai hak-hak dan kewajiban

konsumen kepada pelaku usaha dan kewajiban dan hak pelaku usaha kepada konsumen.⁵⁵

B. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil temuan dilapangan didapatkan data yang berupa hasil wawancara dengan Presiden LPKNI Kota Malang yaitu Nanang Nilson, S.H., M.H dan pengurus LPKNI Kota Malang yaitu Sudijono, S.H. Selain hasil wawancara ditemukan juga dokumentasi data berupa arsip dokumen dari Profil dan AD/ART LPKNI, dokumen program LPKNI, pengaduan konsumen kepada LPKNI, berkas gugatan ke Pengadilan Negeri Kota Malang dan berkas aduan ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Kota Malang.

Data ini diperoleh berdasarkan hasil wawancara kepada Presiden LPKNI Kota Malang yaitu Nanang Nilson, S.H., M.H dan pengurus LPKNI Kota Malang yaitu Sudijono, S.H. Dalam melakukan wawancara penulis menyiapkan 8 butir pertanyaan yang sesuai dengan kebutuhan terkait data dalam penelitian ini. Data hasil wawancara adalah sebagai berikut:

Pertanyaan pertama yaitu, apa saja program Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Indonesia Kota Malang?

Nanang Nilson, S.H., M.H dan Sudijono, S.H. memberikan jawaban yang sama yaitu, *“LPKNI memiliki berbagai macam jenis program yaitu ada program*

⁵⁵ LPKNI, Company Profile, 2020

terkait tugas untuk advokasi dalam melindungi konsumen, program penelitian dan pengawasan yang mana bertujuan untuk memantau produk atau jasa yang beredar agar sesuai standar dan asli. Lalu ada juga sosialisasi kepada masyarakat sebagai konsumen agar cerdas yang bertujuan untuk mencegah adanya pelanggaran hak konsumen. Program advokasi dijalankan ketika LPKNI mendapatkan pengaduan dari konsumen yang dilanggar haknya yaitu dengan mengajukan gugatan ke Pengadilan Negeri ataupun menggugat ke BPSK. Untuk program sosialisasi biasanya LPKNI terjun ke masyarakat untuk mensosialisasikan terkait hak hak konsumen.”⁵⁶

Pertanyaan kedua yaitu, apakah Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Indonesia Kota Malang pernah melakukan kegiatan advokasi konsumen?

Nanang Nilson, S.H., M.H dan Sudijono, S.H memberikan jawaban yang sama yaitu, *“LPKNI pernah melakukan advokasi terkait pelanggaran hak konsumen, tidak hanya pernah akan tetapi sudah sering, secara litigasi dan non litigasi, baik ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen ataupun ke Pengadilan Negeri. Dari tahun 2019-2022 kami sudah mengajukan gugatan dari konsumen yang dilanggar haknya ke pengadilan negeri sebanyak 63 gugatan.”⁵⁷*

⁵⁶ Nanang Nilson, S.H., M.H. dan Sudijono, S.H, wawancara, (Malang, 29 Maret 2022)

⁵⁷ Nanang Nilson, S.H., M.H. dan Sudijono, S.H, wawancara, (Malang, 29 Maret 2022)

Pertanyaan ketiga yaitu, apa saja kendala Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Indonesia Kota Malang dalam melaksanakan advokasi konsumen?

Sudijono, S.H memberikan jawaban yaitu, *“Terkait kendala yang dihadapi sangat banyak, untuk kendala ketika LPKNI membawa aduan konsumen ke BPSK selalu tidak maksimal contohnya yaitu ketika konsumen dirugikan oleh pelaku usaha, ketika sidang konsumen harus hadir sendiri tidak bisa diwakili kuasa hukum sedangkan pihak pelaku usaha diwakili oleh bagian hukum perusahaannya yang mana hasilnya konsumen menjadi pihak yang minor disana. Selain itu ketika sudah jatuh putusan dari BPSK seharusnya BPSK memberikan putusannya kepada Pengadilan Negeri untuk di sah kan dan memiliki kekuatan hukum, akan tetapi pengadilan tidak memberikan pengesahan dengan alasan tidak ada kerjasama dengan BPSK dan aturan tertulis dari Mahkamah Agung terkait hal tersebut. Sehingga putusannya tidak bisa dijalankan dan konsumen gagal dalam memperjuangkan haknya.”*⁵⁸

Nanang Nilson, S.H., M.H., memberikan jawaban yaitu, *“Kendala yang dihadapi LPKNI ketika membantu konsumen menggugat di Pengadilan Negeri yaitu sering kali gugatan kami di NO (Niet Ontvankelijke Verklaard) oleh pengadilan dengan alasan bahwa LPKNI tidak memiliki kapasitas sebagai penggugat atau tidak memiliki kepentingan langsung dengan sengketa, padahal*

⁵⁸ Sudijono, S.H, wawancara, (Malang, 29 Maret 2022)

kami LPKNI menggunakan gugatan legal standing sesuai dengan UU Perlindungan Konsumen. hakim juga beralasan dalam menangani sidang terkait legal standing membutuhkan Peraturan Mahkamah Agung yang mengatur terkait proses persidangan semacam itu atau paling tidak telah ada yurisprudensi tetapanya. Jadi kendalanya memang tidak adanya hukum acara yang jelas terkait legal standing ini. Untuk bertindak sebagai kuasa hukum konsumen pun LPKNI tidak bisa, dikarenakan para pengurus LPKNI ada yang advokat dan ada yang tidak dan juga LPKNI merupakan LPKSM bukan kantor advokat, sehingga ketika kami memposisikan diri menjadi kuasa hukum konsumen akan berbenturan dan menyalahi UU Advokat.”⁵⁹

Pertanyaan keempat yaitu, apa strategi Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Indonesia Kota Malang untuk mengatasi kendala dalam melaksanakan advokasi konsumen?

Nanang Nilson, S.H., M.H dan Sudijono, S.H memberikan jawaban yang sama yaitu, *“Demi memberikan perlindungan kepada konsumen yang dilanggar haknya, LPKNI mengatasi kendala dalam melaksanakan advokasi konsumen dengan cara membuat kantor advokat yaitu Nanang Nilson & Partners dan para pengurus LPKNI pun kami ikutkan PKPA supaya dapat menjadi advokat dan*

⁵⁹ Nanang Nilson, S.H., M.H., wawancara, (Malang, 29 Maret 2022)

beracara di pengadilan. Sehingga kami dalam membela hak konsumen dapat memposisikan diri sebagai advokat atau kuasa hukumnya.”⁶⁰

Pertanyaan kelima yaitu, apakah Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Indonesia pernah melakukan kegiatan selain advokasi konsumen?

Sudijono, S.H. memberikan jawaban yaitu, *“Program non advokasi dari LPKNI ada berbagai macam, yang sering kami lakukan yaitu program penelitian dan pengawasan, salah satu contohnya pada agustus 2021 kemarin kami melakukan penelitian terkait keaslian madu di wisata petik madu di Lawang. Penelitian ini sekaligus mengawasi keaslian madu yang dijual dipasaran, dikarenakan tidak adanya standarisasi khusus keaslian madu maka kami melakukan penelitian ini supaya tidak ada konsumen yang mengkonsumsi madu palsu. Selain madu juga LPKNI kemarin sudah melakukan pengawasan dipasar untuk menemukan solusi dari kenaikan dan kelangkaan minyak goreng”⁶¹*

Nanang Nilson, S.H., M.H juga memberikan jawaban tambahan yaitu, *“Beberapa kali saya mengisi seminar terkait perlindungan konsumen di beberapa universitas di Jawa Timur, selain itu juga saya sering terjun ke masyarakat yang membutuhkan penyuluhan terkait perlindungan konsumen”⁶²*

⁶⁰ Nanang Nilson, S.H., M.H. dan Sudijono, S.H, wawancara, (Malang, 29 Maret 2022)

⁶¹ Sudijono, S.H, wawancara, (Malang, 29 Maret 2022)

⁶² Nanang Nilson, S.H., M.H., wawancara, (Malang, 29 Maret 2022)

Pertanyaan keenam yaitu, apa saja kendala Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Indonesia dalam melaksanakan kegiatan selain advokasi konsumen?

Nanang Nilson, S.H., M.H dan Sudijono, S.H memberikan jawaban yang sama yaitu, *“Dalam melaksanakan kegiatan penelitian, pengawasan dan penyuluhan kendala kami yaitu terkait anggaran untuk kegiatan, dikarenakan LPKNI adalah lembaga non pemerintah tentunya kami tidak memiliki anggaran dari pemerintah sehingga sering kali usaha untuk terjun ke masyarakat terkendala oleh biaya operasional yang mengakibatkan kurang maksimalnya upaya untuk mencegah masyarakat sebagai konsumen dilanggar haknya oleh pelaku usaha.”*⁶³

Pertanyaan ketujuh yaitu, apa strategi LPKNI untuk mengatasi kendala dalam melaksanakan kegiatan selain advokasi konsumen?

Nanang Nilson, S.H., M.H dan Sudijono, S.H memberikan jawaban yang sama yaitu, *“Untuk mengatasi kendala biaya dalam melaksanakan kegiatan kami, biasanya kami bekerjasama dengan lembaga lain seperti universitas baik swasta maupun negeri, dinas perindustrian dan perdagangan dan pemerintah daerah, yang mana kerjasama tersebut tidak selalu bisa kami dapatkan.”*⁶⁴

⁶³ Nanang Nilson, S.H., M.H. dan Sudijono, S.H, wawancara, (Malang, 29 Maret 2022)

⁶⁴ Nanang Nilson, S.H., M.H. dan Sudijono, S.H, wawancara, (Malang, 29 Maret 2022)

Pertanyaan kedelapan yaitu, apakah Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Indonesia pernah melakukan kerjasama dengan lembaga lain atau instansi pemerintah?

Nanang Nilson, S.H., M.H dan Sudijono, S.H memberikan jawaban yang sama yaitu, *“LPKNI beberapa kali bekerjasama dengan lembaga yang fokus terhadap perlindungan konsumen seperti YLKI dan LPKSM di daerah lain, kerjasama ini bertujuan untuk bertukar informasi terkait perlindungan konsumen dan terkadang mengadakan kegiatan sosialisasi, penyuluhan ataupun seminar bersama. Selain itu kami juga sering berhubungan dengan dinas perindustrian dan perdagangan Kota Malang, biasanya kami dimintai tolong untuk memberikan masukan terkait kondisi konsumen di Kota Malang dan juga ketika kelangkaan minyak goreng kami bersama dinas perindustrian dan perdagangan Kota Malang melakukan operasi pasar sekaligus mengawasi terkait apakah ada penahanan stok minyak ataupun kecurangan seperti minyak goreng curah yang di packing ulang dengan kemasan untuk menaikkan harga.”*⁶⁵

C. Pembahasan

Berdasarkan berbagai hasil temuan terkait peran, kendala dan strategi dari Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Indonesia Kota Malang selanjutnya akan dianalisis dalam pembahasan ini. Dalam penelitian ini hasil penelitian akan dianalisis

⁶⁵ Nanang Nilson, S.H., M.H. dan Sudijono, S.H, wawancara, (Malang, 29 Maret 2022)

dengan hukum positif yaitu dengan undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerinaah Nomor 59 Tahun 2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, dan juga dengan pandangan hukum Islam yang dalam penelitian ini akan menggunakan teori Etika Bisnis Islam dari Yusuf Qardhawi.

1. Pandangan Peraturan Terkait Perlindungan Konsumen Terhadap Peran LPKNI

Merujuk pada Pasal 44 ayat 3 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Pasal 3 Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat terkait tugas LPKSM yaitu:

1. Menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa.
2. Memberikan nasihat kepada konsumen yang memerlukannya.
3. Bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen.
4. Membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atau pengaduan konsumen.

5. Melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.

Merujuk pada ayat 1 pasal diatas, LPKNI sudah menjalankannya dengan program penyuluhan dan sosialisasi kepada masyarakat, bahkan LPKNI juga melakukan penelitian di wisata petik madu Lawang untuk memastikan keaslian dari madu yang beredar di pasaran. Berdasarkan hasil penelitian di lapangan dalam melakukan program sejenis ini LPKNI sering kali dihadapi dengan kendala anggaran sehingga masih kurang maksimal dalam menjalankan amanat pasal diatas.

Dapat dianalisis berdasarkan pasal diatas bahwa peran LPKNI sebagai LPKSM sudah dijalankan dengan melihat data hasil penelitian yaitu adanya 106 aduan dan keluhan konsumen yang diterima LPKNI dan diberikan nasihat terkait masalahnya, dalam hal memberikan nasihat LPKNI mengarahkan konsumen untuk melakukan advokasi baik secara litigasi ke Pengadilan Negeri ataupun non-litigasi ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen, yang mana tentunya LPKNI sudah menjalankan Pasal 4 ayat 4 UU Perlindungan konsumen yaitu konsumen berhak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan jasa yang beredar. LPKNI juga melaksanakan program penyuluhan dan sosialisasi kepada masyarakat demi mencegah adanya pelanggaran hak konsumen oleh pelaku usaha, tentunya ini sudah sejalan dengan pasal 4 ayat 6 yaitu konsumen berhak mendapatkan pembinaan dan pendidikan terkait barang dan jasa yang beredar.

Jika merujuk pada ayat 5 Pasal diatas LPKNI sudah menjalankan amanah ayat tersebut, berdasarkan hasil penelitian LPKNI sudah bekerjasama dengan Pemerintah yaitu Dinas Perindustrian dan Perdagangan. Kerjasama yang dilakukan ini berbentuk program operasi pasar yang bertujuan untuk mengawasi masalah minyak goreng yang langka dan mahal. LPKNI juga bekerjasama dengan YLKI dan LPKSM lain untuk bertukar informasi dan merumuskan strategi untuk meningkatkan perlindungan konsumen di Indonesia. Presiden LPKNI Nanang Nilson S.H., M.H juga sering bekerjasama dengan universitas di Jawa Timur, kerjasama ini berbentuk seminar dan pelatihan terkait perlindungan konsumen. Dalam hal kerjasama LPKNI juga menerima mahasiswa untuk Praktik Kerja Lapangan (PKL) dari beberapa kampus yaitu, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Universitas Muhamadiyah Malang dan Universitas Islam Malang, yang mana hasil dari PKL ini adalah mahasiswa dapat membantu mengarahkan ataupun memberikan edukasi kepada masyarakat terkait perlindungan konsumen.

Jika dianalisis dengan Pasal 7 Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 Tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat, dijelaskan bahwa dalam melaksanakan tugasnya dalam membantu konsumen memperjuangkan haknya LPKSM dapat melakukan advokasi atau pemberdayaan konsumen yang bertujuan agar konsumen dapat memperjuangkan haknya secara mandiri. Dalam melaksanakan advokasi atau pemberdayaan konsumen, LPKSM dapat membantu konsumen secara perorangan maupun kelompok. LPKNI seharusnya bisa mengajukan gugatan ke

Pengadilan akan tetapi berdasarkan temuan di lapangan gugatan legal standing yang diajukan oleh LPKNI selalu di NO (*Niet Ontvankelijke Verklaard*) oleh Pengadilan Negeri dengan alasan bahwa LPKNI tidak memiliki kapasitas sebagai penggugat atau tidak memiliki kepentingan langsung dengan sengketa. Berkaitan dengan di tolaknya gugatan LPKNI oleh Pengadilan Negeri tentunya sudah tidak sesuai dan menyalahi Pasal 46 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Dalam poin C dan Ayat 2 Pasal diatas disebutkan bahwa LPKSM dapat mengajukan gugatan kepada peradilan umum.

Salah satu kasusnya adalah pada putusan Pengadilan Negeri Kapanjen Tahun 2013 (Nomor: 62/Pdt.G/2013/PN. KPJ)⁶⁶ yang mana LPKNI menggugat Pelaku Usaha (Koperasi Rukun Santoso Unit Simpan Pinjam) dengan mengatas namakan LPKSM sebagai mana yang diatur dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen Maupun Peraturan Pemerintah tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat. Dalam hal ini LPKNI bertindak sebagai Penggugat 1 dan Mardi sebagai Penggugat 2. Singkatnya hakim Pengadilan Negeri Kapanjen memutuskan sengketa ini dengan mengabulkan jawaban Tergugat dengan menyatakan bahwa gugatan penggugat tidak dapat diterima kemudian menghukum penggugat membayar biaya perkara Rp.601.00,00 (enam ratus satu ribu rupiah). Adapun alasan penolakan hakim bahwa

⁶⁶ LPKNI, Arsip Kasus, 2022

Penggugat tidak memiliki kapasitas sebagai penggugat (*persona standi in judicio*) atau tidak memiliki kepentingan langsung dengan sengketa (*injury in fact*).

Melihat berbagai kendala tersebut LPKNI memformulasikan strategi dalam advokasinya yaitu dengan mendirikan kantor advokat yang bertujuan agar dapat menjadi kuasa hukum dari konsumen yang dilanggar haknya oleh pelaku usaha. Jika dianalisis lebih dalam maka strategi yang dilakukan LPKNI ini sejalan dengan pasal 4 Undang-undang Perlindungan Konsumen yaitu konsumen berhak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.

LPKNI sebagai LPKSM tentunya sering memberikan surat aduan kepada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), salah satu contohnya adalah surat aduan LPKNI Nomor 27/LPKNI/SK/VI/2019.⁶⁷ Konsumen yang bernama Suci Nur Aini melawan PT. Bank Mandiri cabang Letjen Sutoyo Malang dalam kasus pelaksanaan lelang. Suci sebagai debitur atau konsumen dari PT Bank Mandiri menerima fasilitas pinjaman dari Bank Mandiri sebesar Rp. 100.000.000,- dengan jaminan tanah dan bangunan. Singkatnya suci yang merasa keberatan dengan pelaksanaan perjanjian kredit dengan Bank Mandiri ini membuat aduan ke LPKNI dan LPKNI membuat aduan ke BPSK untuk melakukan mediasi antara Suci dengan Bank Mandiri. BPSK kemudian melakukan mediasi akan tetapi LPKNI merasa BPSK tidak

⁶⁷ LPKNI, Arsip Kasus, 2013-2014.

seimbang dalam mediasinya yaitu dikarenakan Suci datang seorang diri tanpa boleh untuk diwakili kuasa hukum dan Bank Mandiri diwakili oleh Legal Staff dari perusahaannya. Tentunya jika dianalisis kasus ini menciderai hak konsumen dan juga membuat perlindungan terhadap konsumen tidak berjalan sebagaimana mestinya.

Berdasarkan berbagai kendala diatas tentunya sudah tidak sesuai dengan Pasal 3 UU Perlindungan Konsumen yaitu tentang tujuan perlindungan konsumen, sistem perlindungan konsumen yang sudah sedemikian rupa diatur dalam peraturan perundang-undangan ternyata di lapangan tidak bisa berjalan maksimal yang menempatkan konsumen dalam posisi yang *inferior* terhadap pelaku usaha, LPKNI sebagai LPKSM merupakan lembaga yang diamanahi langsung oleh Undang-Undang pun tidak dapat menjalankan tugas perlindungan konsumennya secara maksimal. Sehingga dengan peraturan terkait perlindungan konsumen yang sulit diterapkan dilapangan mengakibatkan konsumen rentan terhadap eksploitasi yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha.

2. Pandangan Norma Dan Etika Bisnis Islam Yusuf Qardhawi

Konsep norma dan etika bisnis Islam yang dikemukakan oleh Yusuf Qardhawi memberikan pengertian bahwa perilaku seseorang dalam berbisnis harus sesuai dengan aturan aturan syariat islam dan ketika seseorang berbisnis juga bertujuan untuk memenuhi perintah Allah SWT. Yusuf Qardhawi juga memaparkan asas-asas yang menjadi landasan dalam berbisnis dan juga membahas terkait peran pemerintah dalam menjalankan norma dan etika bisnis Islam. Dalam konteks perlindungan konsumen,

secara tersirat, Yusuf Qardhawi memberikan perhatian dalam konsep norma dan etika bisnis Islam. Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Indonesia sebagai lembaga yang bertugas melindungi hak-hak Konsumen, jika dianalisis dengan konsep norma dan etika bisnis Islam Yusuf Qardhawi memiliki beberapa keselarasan dan kesesuaian.

Asas-Asas dalam bisnis Islam yang memiliki keselarasan dengan peran LPKNI dalam konteks berbuat baik dan tolong menolong yaitu asas *Ta'awun* dan asas *Al-Ihsan* yang mana maksudnya adalah manusia harus saling tolong menolong karena tidak ada satupun manusia yang tidak membutuhkan bantuan dari orang lain dan juga manusia harus melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain. LPKNI sebagai lembaga yang bertugas untuk membantu konsumen yang dilanggar haknya oleh pelaku usaha dengan melakukan advokasi tentunya sudah sesuai dengan asas ini, karena konsumen yang dilanggar haknya tentu membutuhkan bantuan dari orang lain yang dalam hal ini LPKNI.

Menurut Yusuf Qardhawi, Negara memiliki peran yang besar dalam menerapkan norma dan etika bisnis islam, karena tugas negara adalah mengubah norma menjadi undang-undang. Yusuf Qardhawi juga mengatakan dalam bukunya bahwa Negara memiliki kewenangan untuk membentuk suatu badan khusus yang bertugas mengawasi dan meningkatkan kualitas ekonomi, mengadili orang yang melanggar dan menegur atau memberi sanksi kepada orang yang lalai dari syariat dalam berbisnis. Negara juga bertugas menegakkan kewajiban yang harus dilaksanakan oleh setiap individu dan melakukan pencegahan agar tidak terjadi perbuatan haram dalam

berbisnis. Jika di cermati maka LPKNI merupakan suatu badan khusus yang bertugas mengawasi dan meningkatkan kualitas ekonomi, hal ini dibuktikan dengan program LPKNI yaitu Operasi Pasar untuk menangani minyak goreng, penelitian keaslian madu dan standarisasi warung makan, yang mana program tersebut bertujuan untuk mengawasi pelaku usaha agar tidak melakukan kecurangan dan meningkatkan kualitas dari barang atau jasa yang beredar dipasaran.

Dikutip dari Yusuf Qardhawi, Nabi Muhammad SAW juga mencontohkan bahwa pemerintah atau negara harus bertindak sebagai pengawas, pembimbing dan pendidik dalam kegiatan berbisnis. Nabi ketika itu seringkali berkunjung ke pasar untuk mengawasi, memberikan nasihat dan terkadang memberi teguran kepada pedagang yang lalai, bahkan Nabi juga menempatkan sahabatnya yaitu Said bin Said ibnul Ash sebagai kepala pasar di mekkah. Jika dianalisis lebih dalam maka LPKNI yang menjalankan program penyuluhan, sosialisasi dan seminar terkait perlindungan konsumen kepada masyarakat yang bertujuan untuk mendidik konsumen agar tidak dilanggar haknya oleh pelaku usaha merupakan bentuk bimbingan dan didikan kepada masyarakat, sesuai dengan yang dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW. LPKNI yang menerima konsultasi dan aduan dari masyarakat juga sesuai dengan contoh Nabi yaitu memberikan nasihat kepada masyarakat.

LPKNI sebagai lembaga yang bertugas untuk membantu menegakkan hak-hak konsumen, seluruh kegiatan dan programnya sudah selaras dan sesuai dengan konsep norma dan etika bisnis Islam Yusuf Qardhawi akan tetapi melihat kendala-kendala

yang di hadapi oleh LPKNI dalam menjalankan programnya tentu dapat melenceng dari asas-asas dalam bisnis Islam yang mana tentunya hal ini dapat mengakibatkan pelaku usaha melakukan perbuatan yang haram seperti monopoli, menimbun stok, dan penipuan terhadap konsumen.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dipaparkan, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu, Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Indonesia Kota Malang sebagai sebuah Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat yang diamanahi oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sudah menjalankan perannya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang ada, akan tetapi realita dilapangan menyulitkan kerja LPKNI dalam melakukan upaya pencegahan pelanggaran hak konsumen dan advokasi konsumen. Muatan materi undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan aturan turunannya yaitu Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat sudah mencakup segala hal untuk LPKNI sebagai LPKSM bekerja melindungi konsumen di Indonesia, akan tetapi yang jadi permasalahan adalah peraturan yang ada sulit diterapkan dalam pelaksanaannya. Norma dan Etika Bisnis Islam yang di kemukakan oleh Yusuf Qardhawi secara tersirat memberikan pandangan terkait Perlindungan Konsumen, yang dalam hal ini adalah asas-asas dalam bisnis Islam dan peran pemerintah dalam melindungi konsumen. Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Indonesia dengan program baik advokasi maupun non advokasi sudah menjalankan dan sesuai dengan asas

bisnis islam dan LPKNI sebagai LPKSM yang dibentuk berdasarkan Undang-Undang juga merupakan bentuk perhatian pemerintah terhadap perlindungan konsumen yang mana sesuai dengan yang di contohkan Nabi Muhammad SAW dan dalam konsep peran pemerintah dalam menetapkan norma dan etika bisnis Islam menurut Yusuf Qardhawi, meskipun dengan berbagai kendala yang mengakibatkan peran LPKNI tidak maksimal.

B. Saran

Melihat dari kendala yang dihadapi dalam upaya perlindungan konsumen oleh LPKNI, tentunya pemerintah dapat merevisi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan aturan turunannya yaitu Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat agar dapat dijalankan secara maksimal oleh LPKNI sebagai LPKSM. Revisi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen dan aturan turunannya yaitu Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat bertujuan agar eksistensi LPKNI dan LPKSM lainnya di Indonesia dapat tetap berjalan dan bekerja maksimal sesuai perannya dalam melindungi konsumen di Indonesia. LPKNI juga dapat melakukan kerjasama dengan *stakeholder* pemerintah seperti polisi dan pemerintah daerah agar lebih maksimal dalam melakukan tugasnya

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Atsar, Abdul dan Rani Apriani. *Buku Ajar Hukum Perlindungan Konsumen*.

Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2009.

Djakfar, Muhammad. *Hukum Bisnis: Membangun Wacana Integrasi Perundangan*

Nasional dengan Syariah, Yogyakarta: PT LKis Printing Cemerlang, 2009.

Hadjon, Philipus M. *Pengantar Hukum Administrasi Negara*, Yogyakarta, Gajah

Mada University Press, 2011.

Jusmaliani. *Bisnis berbasis syariah*, Jakarta, Bumi Aksara, 2008.

Kristinti, Celina Tri Siwi. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta, Sinar Grafika

Offset, 2008.

Miles, Mathew B. dan A. Michael Huberman. *Analisa Data Kualitatif*, Jakarta: UI-

Pers, 1992, 15-20.

Miru, Ahmadi dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Edisi Revisi,

Cetakan ke-10), Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2017.

Nasution, Bahder Johan. *Metode Penelitian Ilmu Hukum*, Bandung: Mandar Maju,

2008.

Nugroho, Susanti Adi. *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*. Jakarta: Penerbit Kencana Prenada Media Group, 2008.

Qardhawi, Yusuf. *Norma Dan Etika Ekonomi Islam, Penerjemah Zainal Arifin dan Dahlia Husin*, Jakarta, Gema Insani Press, 1997.

Rahardjo, Satjipto. *Ilmu Hukum*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2000.

Rosmawati. *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Kencana, 2018

Soekanto, Soerjono. *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta: UI Press, 2015.

Sofia, Yusuf. *Penyelesaian Sengketa Konsumen Menurut UUPK Teori dan Praktik Penegakan Hukum*. Jakarta: PT. Citra Aditiya Bakti, 2003.

Jurnal

Doly, Denico. “Upaya Penguatan Perlindungan Konsumen di Indonesia Terkait dengan Klausula Baku”, *Jurnal Negara Hukum*, no. 1, (2012): 41-58.

<https://jurnal.dpr.go.id/index.php/hukum/article/view/223>

Nurhalis. “Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam Dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999”, *Jurnal IUS*, no. 9 (2015): 526-542.

<https://jurnalius.ac.id/ojs/index.php/jurnalIUS/article/download/267/237>

Suyadi. “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Produk Pangan Olahan Yang Mengandung Bahan Rekayasa Genetik”, *Jurnal Dinamika Hukum*, no. 1 (2010): 70-75. <http://dinamikahukum.fh.unsoed.ac.id/index.php/JDH/article/view/141/87>

Zulyadi, Teuku, “Advokasi Sosial”, *Jurnal Al-Bayan*, no. 30, (2014): 63-76. <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/bayan/article/view/124>

Internet/Website

Ariyanti, Fiki. “Cerita Terungkapnya Misteri Beras Plastik,” *Liputan6*, 23 Mei 2015, diakses 6 September 2021, <http://bisnis.liputan6.com/read/2237854/cerita-terungkapnya-misteri-beras-plastik-di-indonesia>.

Abdullah, Suraji. “Advokasi Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) Dalam Upaya Perlindungan Konsumen (studi di Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Kota Malang)”, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Malang, 2017, <https://eprints.umm.ac.id/37718/>

Dinda Februari, Trie. “Peranan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) Dalam Mewujudkan Perlindungan Konsumen Di Kota Padang”, Skripsi, Universitas Andalas Padang, 2012, <http://scholar.unand.ac.id/80737/>

Direktori Putusan Mahkamah Agung Republik Indonesia, <https://putusan3.mahkamahagung.go.id/direktori/index/kategori/perlindungan-konsumen-1.html>

Rivai, Rahmad. “Pelaksanaan Tugas Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat Terkait Adanya Sengketa-Sengketa Konsumen Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”, Skripsi, Universitas Sumatera Utara Medan, 2020, <https://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/142831>

Sari, Eva Mayang. “Pelaksanaan Tugas Perlindungan Konsumen Perspektif Hukum Ekonomi Syariah Studi Kasus Di Lembaga Perlindungan Konsumen Nusantara Indonesia (LPKNI) Kota Jambi” Skripsi, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2020, <http://repository.uinjambi.ac.id/6547/>

Syahputra, Irfan. “Tinjauan Yuridis Terhadap Keberadaan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”, Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2021, <https://repository.uin-suska.ac.id/51935/>

Putusan PN Padang Nomor 99/Pdt.Sus-BPSK/2021/PN Pdg Tanggal 4 Agustus 2021, <https://putusan3.mahkamahagung.go.id/direktori/putusan/zaebf690425a0dd2a2ed313532383231.html>

Peraturan Perundang-undangan

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2001 Tentang Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat.

LAMPIRAN

Lampiran I



Lampiran II


WALIKOTA MALANG
NOMOR : 519/1175/35.73.311/2009
TANDA DAFTAR LEMBAGA PERLINDUNGAN KONSUMEN (TDLPK)

1. Nama LPKSM	: Lembaga Perlindungan Konsumen Nasional Indonesia
2. Status Lembaga	: Lembaga Swadaya Masyarakat
3. Alamat Kantor LPKSM	: Jl. Srikoyo No. 3 Malang
Nomor Telepon	: 0341-492174, 402696, 7723567
4. Nama Pimpinan/Penanggungjawab LPKSM	: NANANG NELSON
5. Alamat Pimpinan/Penanggungjawab LPKSM	: Jl. Raya Wapoga 2 Perum Ngujil Permai II Bumulrejo - Blimbing Kota Malang
Nomor Telepon	: 0341-492174, 402696
6. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)	: 21.122.497.7-623.000
7. Jenis Kegiatan	: Khusus Bidang Perlindungan Konsumen
8. TDLPK ini diterbitkan dengan ketentuan	:

KESATU : Tanda 'Daftar Perlindungan Konsumen (TDLPK) ini berlaku sebagai pengakuan Pemerintah sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen untuk melakukan kegiatan dibidang penyelenggaraan Perlindungan Konsumen di seluruh wilayah Republik Indonesia selama Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat masih menjalankan kegiatannya dan tidak bertentangan dengan ketentuan yang berlaku.

KEDUA : Pimpinan/Penanggung jawab LPKSM wajib menyampaikan laporan kegiatannya setiap kali setahun terhitung mulai tanggal diterbitkannya TDLPK.

KETIGA : TDLPK tidak berlaku untuk kegiatan di luar ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Ditetapkan di Malang
pada tanggal 30 - 12 - 2009

WALIKOTA MALANG.

Peni SUPARTO, M.A.P


Marsudi
Foto Copy sesuai dengan aslinya
An. Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan
Siti Rahmudah, S.S., M.P.
NIP. 19600324 196003 2 002

Tembusan:
YB. 1. Sd. Menteri Perdagangan s.d. Dejen Perdagangan Dalam Negeri.
2. Sd. Gubernur Jawa Timur s.p. Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur.
3. Sd. Direktur Perlindungan Konsumen Departemen Perdagangan.

Lampiran III



**KEPUTUSAN MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
NOMOR AHU-01458.40.20.2014**

TENTANG

**PERSETUJUAN PERUBAHAN BADAN HUKUM PERSEROAN TERBATAS
PT LEMBAGA PERLINDUNGAN KONSUMEN NASIONAL INDONESIA**

MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA REPUBLIK INDONESIA

Menimbang : a. Bahwa berdasarkan Permohonan Notaris SIGIT NUR RACHMAT, SH., M.KN. sesuai Akta Nomor 153 Tanggal 24 April 2014 tentang Perubahan Badan Hukum PT LEMBAGA PERLINDUNGAN KONSUMEN NASIONAL INDONESIA tanggal 25 April 2014 dengan Nomor Pendaftaran 4014042535260290 telah sesuai dengan persyaratan pengesahan Perubahan Badan Hukum Perseroan;

b. Bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, perlu menetapkan keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia tentang Pengesahan Perubahan Badan Hukum PT LEMBAGA PERLINDUNGAN KONSUMEN NASIONAL INDONESIA;

MEMUTUSKAN :

Menetapkan :

KESATU : Menyetujui Perubahan Badan Hukum - PT LEMBAGA PERLINDUNGAN KONSUMEN NASIONAL INDONESIA - dengan NPWP 02.239.913.3-623.000 yang berkedudukan di KOTA MALANG karena telah sesuai dengan Data Format Isian Perubahan yang disimpan di dalam database Sistem Administrasi Badan Hukum sebagaimana salinan Akta Notaris No.153 Tanggal 24 April 2014 yang dibuat oleh Notaris SIGIT NUR RACHMAT, SH., M.KN. yang berkedudukan di KABUPATEN MALANG.

KEDUA : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan.
Apabila ternyata dikemudian hari terdapat kekeliruan dalam Keputusan ini maka akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di Jakarta, Tanggal 25 April 2014.

a.n MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
REPUBLIK INDONESIA
DIREKTUR JENDERAL ADMINISTRASI HUKUM UMUM,



DR. AIDIR AMIN DAUD, DFM.
NIP. 19581120 198810 1 001



DICETAK PADA TANGGAL 28 April 2014
DAFTAR PERSEROAN NOMOR AHU-01458.40.20.2014 TANGGAL 25 April 2014

Lampiran IV



Lampiran V



Lampiran VI

Daftar Pertanyaan Wawancara:

1. Apa saja program LPKNI?
2. Apakah LPKNI pernah melakukan kegiatan advokasi konsumen?
3. Apa saja kendala LPKNI dalam melaksanakan advokasi konsumen?
4. Apa strategi LPKNI untuk mengatasi kendala dalam melaksanakan advokasi konsumen?
5. Apakah LPKNI pernah melakukan kegiatan selain advokasi konsumen?
6. Apa saja kendala LPKNI dalam melaksanakan kegiatan selain advokasi konsumen?
7. Apa strategi LPKNI untuk mengatasi kendala dalam melaksanakan kegiatan selain advokasi konsumen?
8. Apakah LPKNI pernah melakukan kerjasama dengan lembaga lain atau instansi pemerintah?

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Ibrahim Ardyga
Tempat/TgLahir : Jakarta, 28 Maret 2000
Alamat : Komplek DKI Blok O2 No. 5, Pondok
Kelapa, Duren Sawit, Jakarta Timur
Email : ibrahimardygaa@gmail.com
Telepon : 0895336837833

Riwayat Pendidikan

No.	Jenjang Pendidikan	Nama Instansi	Tahun
1	TK	TK IT Sabilia Jakarta Timur	2005-2006
2	SD/MI	SDN Malaka Sari 04 Jakarta Timur	2006-2012
4	SMP/MTs	SMP IT Al-Binaa Islamic Boarding School	2012-2015
5	SMA/MA	MAN 9 Jakarta	2015-2018
6	S1	Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang	2018-2022