

**PRAKTIK PEMBULATAN TARIF OLEH KANTOR POS DUFAN MALANG
TERHADAP BARANG-BARANG EKSPEDISI TINJAUAN UNDANG-UNDANG
PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN FIQH MUAMALAH**

SKRIPSI

Oleh:

Rizki Kila Alindi

NIM 12220024



**JURUSAN HUKUM BISNIS SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2016**

**PRAKTIK PEMBULATAN TARIF OLEH KANTOR POS DUFAN MALANG
TERHADAP BARANG-BARANG EKSPEDISI TINJAUAN UNDANG-UNDANG
PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN FIQH MUAMALAH**

SKRIPSI

Ditujukan kepada

Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Strata Satu Sarjana Hukum
(S.H)

Oleh:

Rizki Kila Alindi

NIM 12220024



**JURUSAN HUKUM BISNIS SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2016**

**PRAKTIK PEMBULATAN TARIF OLEH KANTOR POS DUFAN MALANG
TERHADAP BARANG-BARANG EKSPEDISI TINJAUAN UNDANG-
UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN FIQH MUAMALAH**

SKRIPSI

Ditujukan kepada

Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Strata Satu
Sarjana Hukum (S.H)

Oleh:

Rizki Kila Alindi

NIM 12220024



**JURUSAN HUKUM BISNIS SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

2016

SURAT PERNYATAAN SKRIPSI

Demi Allah,

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

**PRAKTIK PEMBULATAN TARIF OLEH KANTOR POS DUFAN
MALANG TERHADAP BARANG-BARANG EKSPEDISI TINJAUAN
UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN FIQH
MUAMALAH**

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

Malang, 23 Agustus 2016

Penulis,



Rizki Kila Alindi

NIM 12220024



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS SYARIAH

Tersinkronisasi "A" SK BAN-PT Depdiknas Nomor (013)/BAN-PT/Ak-X/VI/2007
Jl. Gajayana 50 Malang Telp. (0341) 551354 fax. (0341) 572533

BUKTI KONSULTASI

Nama : Rizki Kila Alindi
NTM : 12220024
Jurusan : Hukum Bisnis Syariah
Dosen Pembimbing : Dr. Fakhruddin, M.HI
Judul Skripsi : Praktik Pembulatan Tarif Oleh Kantor Pos Dufan Malang Terhadap
Barang-barang Ekspedisi Tinjauan Undang-Undang Perlindungan
Konsumen Dan Fiqh Muamalah

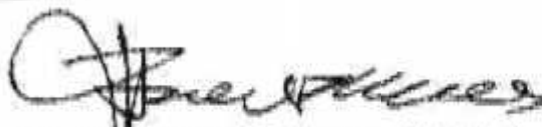
No	Hari / Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf	
1	Selasa, 15 Maret 2016	Proposal skripsi	1.	
2	Selasa, 22 Maret 2016	Revisi proposal dan ACC	2.	
3	Kamis, 9 Juni 2016	Bab I dan II	3.	
4	Jumat, 10 Juni 2016	Revisi Bab I dan II	4.	
5	Jumat, 17 Juni 2016	Bab III	5.	
6	Senin, 25 Juli 2016	Revisi Bab III	6.	
7	Senin, 01 Agustus 2016	Bab IV dan V	7.	
8	Jumat, 03 Agustus 2016	Revisi Bab IV, V, dan abstrak	8.	
9	Selasa, 11 Agustus 2016	Revisi abstrak	9.	
10	Senin, 22 Agustus 2016	ACC Bab I-V dan abstrak	10.	

Malang, 23 Agustus 2016

Mengetahui

a.n. Dekan

Ketua Jurusan Hukum Bisnis Syariah


Dr. H. Mohamad Nur Yasin, S.H., M.Ag
NIP 196910241995031003

HALAMAN PERSETUJUAN

Sudah membaca dan mengoreksi skripsi Saudari Rizki Kila Alindi NIM
12220024 Jurusan Hukum Bisnis Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam
Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan Judul :

**PRAKTIK PEMBULATAN TARIF OLEH KANTOR POS DUFAN
MALANG TERHADAP BARANG-BARANG EKSPEDISI TINJAUAN
UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN FIQH
MUAMALAH**

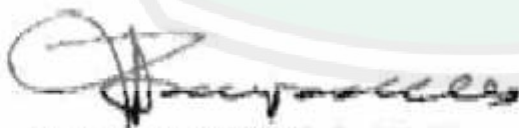
Maka pembimbing menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-
syarat ilmiah untuk diajukan dan diuji pada Majelis Dewan Penguji.

Malang, 23 Agustus 2016

Mengetahui

Ketua Jurusan
Hukum Bisnis Syariah

Dosen Pembimbing,


Dr. H. Mohamad Nur Yasli, S.H., M. Ag
NIP 196910241995031003


Dr. Fakhruddin, M.HI
NIP 197408192000031002

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dewan Penguji Skripsi Rizki Kila Albedi, NIM 12220024, Mahasiswa Jurusan
Hukum Bisnis Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim

PRAKTIK PEMBULATAN TARIF OLEH KANTOR POS DUFAN MALANG TERHADAP BARANG-BARANG EKSPEDISI TINJAUAN UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN FIQH MUAMALAH

Telah menyatakan lulus dengan Nilai A

Dengan Penguji:

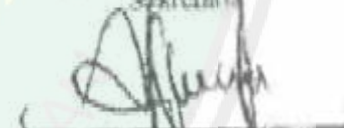
1. Burhanuddin Susanto, S.H., M.Hum
NIP 19780130 200901 2 007
2. Dr. Fakhruddin, M.H
NIP 19740819 200003 1 002
3. Ali Hamdan, M.A., Ph.D.
NIP 19760101 201101 3 004



Ketua



Sekretaris



Penguji Utama

Malang, 13 September 2016

Dufan,



Dr. F. Roibin, M.H

NIP 19681218 199903 1 002

MOTTO

وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ أَوْلِيَاءُ بَعْضُهُمْ بَعْضٍ

“Dan orang-orang yang beriman, lelaki dan perempuan, sebagian mereka (adalah) menjadi penolong bagi sebagian yang lain.....”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Yang Selalu Menjadi Paling Utama

Sembah sujud serta puja-puji kepada Allah SWT. Rasa syukur takhenti terucap begitu hebat dan luarbiasanya Engkau berikan seluruh kasih-Mu dan segala pertolongan-Mu, menuntunku dengan ilmu yang tiada habisnya kugali disetiap ruang dunia ini. Lautan cinta dan segala kasih-Mu mampu membuatku berjiwa tegar, menuntunku dengan ilmu serta menghiburku dengan butiran cinta. Atas anugerah yang Engkau berikan akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Sholawat serta salam tak henti jua selalu tercurah pada baginda Rasulullah Muhammad SAW.

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada

Yang Terpanjang Doa Bagimu Ayah dan Ibu

Sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terimakasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya in ikepada Ayah dan Ibu yang telah memberikan segala kasih sayang, segala doa, segala motivasi hebat yang belumku miliki di dunia indah ini, sehingga tiada mungkin kubalas dengan hanya sebuah tulisan kertas dan goresan penaku. Semoga persembahan ini merupakan tolak awalku untuk selalu berusaha membahagiakanmu dengan segenap kemampuanku. Semoga pula Allah selalu memberikan Kasih-Nya pada ayah dan ibu agar selalu bisa melihat bagaimana perjuanganku untuk membahagiakan ayah dan ibu melalui usaha dan doa. Terimakasih ayah atas segala kelembutanhatimu, motivasi indahmu, dan cintakasihmu. Terimakasih ibu untuk segala doamu, hatil embutmu, dan pengorbananmu..love you ayah .. love you ibu..

Yang Selalu Kurindu Kakak dan Adikku

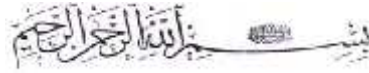
Bagi kakak dan adik-adikku, tak ada kata selain sayang yang terucap ketika kita bersua dalam satu ikatan keluarga, tiada kata selain maaf ketika aku menjahili kalian. Itu adalah bentuk kasih sayang yang mungkin tak bisa kutunjukkan untuk kalian. Terimakasih atas segala cinta untukku, terimakasih selalu menerima keegoisanku, dan terimakasih selalu saling menyayangi. Semoga kita selalu menjadi anak-anak yang dapat dibanggakan oleh ayah dan ibu. Aku akan selalu berusaha memberikan hasil yang terbaik untuk kalian dan selalu membuat kalian bangga melalui langkah awal berupa karya ini.

Yang Terkasih Nizarur Rahman

Sebagai tanda cinta kasihku, aku persembahkan karya kecil ini buatmu. Terimakasih atas kasih sayang, perhatian dan kesabaranmu yang telah memberikanku semangat dan inspirasi dalam menyelesaikan tugas akhir ini, terimakasih juga atas jasmu selalu mengutamakan kepntinganku di atas kepentinganmu. Semoga segala jasmu dibalas dengan pahala yang luarbiasa. TerimaKasih untuk segalanya...

Dosen pembimbing tugas akhirku, Bapak Dr. Fakhruddin M.HI, terimakasih banyak sudah membimbing dan membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini, bantuan bapak sangat berharga bagi saya, sekali lagi terimakasih banyak atas pengetahuan dan ilmu yang telah bapak berikan ...**Teman- temanku**, My Ndul “Pijar Alif Rahmatul Islami” terimakasih banyak buat bantuan dansemangatnya, terimakasih sudah berjuang bersama selalu membantuku menyelesaikan tugas akhir ini. Intan FakhrunNi’am, terimakasih sudah sabar menjadi roommate ku maafkan aku jika selalu merepotkanmu. Faridhatul Khasanah, Dewi Masyithoh kalian lah yang selalu setia memberi arahan hingga akhirperjuanganku, Agustina Dian Fatmawati makasih sudah mau antar aku kesana kemari. Imam Mahdi dan M. Zulfiqor Amanza, terimakasih telah menjadi sahabat dan keluarga memperjuangkan skripsi ini sampai akhir, terimakasih telah menjadi bagian paling penting dalam karya ini. Keluarga Kedua “Last12” ku, Organisasi IMJ ku terimakasih untuk segala pengalaman, ilmu dan segalabantuan ketika aku tiba” mendadak merepotkan kalian. Dan semua teman-teman HBS 12 yang tak bisa kusebutkan satu persatu terimakasih atas motivasi dan semangatnya suka duka yang pernah kita alami takkan pernah kulupakan.

PRAKATA



Segala puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya. Sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, Revolusioner Islam, karena dengan syafaat-Nya kita tetap diberi kemudahan dan kesehatan.

Adapun penyusunan skripsi yang berjudul **Praktik Pembulatan Tarif Oleh Kantor Pos Dufan Malang Terhadap Barang-Barang Ekspedisi Tinjauan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dan Fiqh Muamalah** ini dengan maksud untuk memenuhi tugas akhir dan memenuhi syarat kelulusan pada program studi jurusan Hukum Binis Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Selanjutnya dengan segala kerendahan hati ucapan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada orangtua penulis, ayahanda tercinta Drs. Sugiyoto dan ibunda IstibSaroh yang telah membesarkan, mendidik, dan mengiringi setiap langkah penulis selama melaksanakan proses pendidikan.

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

1. Prof. Dr. H.Mudjia Raharjo, M.Si, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. H. Roibin, M.HI., selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, serta Pembimbing Skripsi.
3. Dr. H. Mohamad Nur Yasin, S.H.,M.Ag., selaku Ketua Jurusan Hukum Bisnis Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Dr.FakhruddinM.Hi., selaku dosen pembimbing penulis. Terimakasih banyak penulis haturkan atas waktu yang telah beliau limpahkan untuk bimbingan, arahan, serta motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Dr. H. Mohamad Nur Yasin, S.H.,M.Ag., selaku dosen wali penulis selama menempuh kuliah di Fakultas Syariah Universitas Islam NegeriMaulana Malik Ibrahim Malang. Penulis sampaikan terimakasih atas bimbingan, saran, arahan, serta motivasi kepada penulis selama menempuh perkuliahan.
6. Segenap dosen Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah menyampaikan pengajaran, mendidik, membimbing, serta mengamalkan ilmunya dengan ikhlas. Semoga Allah SWT selalu memberikan pahala-Nya kepada beliau semua.
7. Staf serta karyawan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, penulis ucapkan terimakasih atas partisipasinya selama ini, selama masa perkuliahan umumnya dan dalam menyelesaikan skripsi ini khususnya.

8. Teman-teman Fakultas Syariah, khususnya sahabat-sahabat Hukum Bisnis Syariah angkatan 2012, juga orang-orang terdekat, terimakasih atas dukungan dan motivasi kalian.

Semoga apa yang telah saya peroleh selama kuliah di Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang ini, bisa bermanfaat bagi agama, nusa dan bangsa. Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari masih banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna, sehingga penulis mengharapkan adanya saran dan kritik membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pribadi khususnya dan pembaca umumnya.

Malang, 2016

Penulis,

Rizki Kila Alindi

PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Umum

Transliterasi ialah pemindahalihan tulisan arab ke dalam tulisan Indonesia (Latin), bukan terjemahan bahasa Arab ke dalam 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 menjadikan 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 internasional, 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

= Tidak dilambangkan

= dl

= b

= th

= t	= dh
= ts	= ‘ (komamenghadapkeatas)
= j	= gh
= h	= f
= kh	= q
= d	= k
= dz	= l
= r	= m
= z	= n
= s	= w
= sy	= h
= sh	= y

Hamzah () yang sering dilambangkan dengan alif, apabila terletak di awal kata maka dalam transliterasinya mengikuti vocal, tidak dilambangkan, namun apabila terletak di tengah atau akhir kata, maka dilambangkan dengan tanda koma di atas (‘), berbalik dengan koma (‘) untuk pengganti lambang " " .

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 caraberikut:

Vokal (a) panjang = â misalnya menjadi qâla

Vokal (i) panjang = î misalnya قيل menjadi qîla

Vokal (u) panjang = û misalnya menjadi dûna

Khusus untuk bacaanya' nisbat, maka tidak boleh digantikan dengan "i", melainkan tetap ditulis dengan "iy" juga untuk suara diftong, wasudanya' setelah *fathah* ditulis dengan "aw" dan "ay". Perhatikan contoh berikut:

Diftong (aw) = misalnya menjadi qawlun

Diftong (ay) = misalnya خير menjadi khayrun

D. Ta' marbûthah()

Ta' marbûthah ditransliterasikan dengan "ṭ" jika berada di tengah kalimat, tetapi apabila ta' marbûthah tersebut berada di akhir kalimat, maka ditranliterasikan dengan menggunakan "h" misalnya menjadi al-risalaṭ li al-mudarrisah, atau apabila berada di tengah-tengah kalimat yang terdiri dari susunan *mudlaf* dan *mudlafilayh*, maka ditransliterasikan dengan menggunakan t yang disambungkan dengan kalimat berikutnya, misalnya menjadi *fi rahmatillāh*.

E. Kata Sandang dan Lafdhal-Jalâlah

Kata sandang berupa "al" () 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-Imam Al-Bukhâriy mengatakan...

2. Al-Bukhariy dalam muqaddimah kitabnya menjelaskan...
3. *Masya' Allāh kâhawa mā' lam yasya' lam yakun.*
4. *Billāh 'azzawajalla.*

F. Nama dan Kata Arab Terindonesiakan

Pada prinsipnya setiap kata yang berasal dari bahasa Arab harus ditulis dengan menggunakan sistem translirasi. 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 ke-empat, 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 berupa nama dari orang Indonesia dan terindonesiakan, untuk itu tidak ditulis dengan cara “‘Abd al-Rahmân Wahîd”, “AmînRaîs”, dan bukan ditulis dengan “shalât”.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
BUKTI KONSULTASI	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PRAKATA.....	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xii
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
ABSTRAK.....	xix
ASBTRACT.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. LatarBelakangMasalah.....	1
B. RumusanMasalah	4
C. BatasanMasalah.....	5
D. TujuanPenelitian	5
E. Manfaat Penelitian	5
F. DefinisiOperasional.....	6
G. SistematikaPembahasan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. PenelitianTerdahulu	9
B. KerangkaTeori.....	14

1. Undang-Undang Perlindungan Konsumen	14
a. Pengertian Hukum Perlindungan Konsumen	23
b. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen	24
c. Unsur-unsur Perlindungan Konsumen	26
d. Hak dan Kewajiban Konsumen dan Pelaku Usaha	28
e. Berbagai Larangan Pelaku Usaha	31
2. Kedudukan Hukum Perlindungan Konsumen Di Indonesia	34
3. Pembulatan Tarif	36
a. Pengertian Tarif	36
b. Tujuan Pembulatan Tarif Oleh Kantor Pos	36
c. Pembulatan Tarif Dalam Hukum Perlindungan Konsumen	36
4. Fiqh Muamalah	37
a. Pengertian Fiqh Muamalah	37
b. Ruang Lingkup Fiqh Muamalah	39
c. Fiqh Muamalah dan Sistem Ekonomi Islam	40
d. Ijarah (upah-mengupah)	41
1) Pengertian Ijarah	41
2) Rukun dan Syarat Ijarah	42
3) Upah Dalam Pekerjaan Ibadah	44
5. Konsep Perjanjian Dalam Islam	46
6. Penetapan Harga Menurut Pandangan Islam	46
BAB III METODE PENELITIAN	47
A. Jenis Penelitian	47
B. Pendekatan Penelitian	48
C. Sumber Data	48
D. Objek Penelitian	50
E. Metode Pengumpulan Data	51
F. Analisis Data	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	56
A. Sejarah Kantor Pos	56
B. Letak Geografis Kantor Pos Dufan Malang	58
C. Visi Misi Pos	59
D. Kelebihan dan Kekurangan Pos	59
E. Penetapan Tarif Pos	59
F. Sistem Pembulatan Tarif	60
G. Pembulatan Tarif Oleh Kantor Pos Dufan Malang Terhadap Barang-barang Ekspedisi Tinjauan Undang-Undang Perlindungan Konsumen	61

	H. Pembulatan Tarif Oleh Kantor Pos Dufan Malang Terhadap Barang-barang Ekspedisi Tinjauan Fiqh Muamalah.....	68
BAB V	PENUTUP	74
	A. Kesimpulan	74
	B. Saran.....	75
	DAFTAR PUSTAKA	77
	LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu..... 12

Tabel 4.1SejarahBerdirinya Kantor Pos..... 56

Tabel 4.2 Kategori Pengiriman 59



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Undang-Undang Hukum Perlindungan Konsumen

Lampiran 2 Hasil Wawancara

Lampiran 3 Foto Wawancara

Lampiran 4 Surat-surat



ABSTRAK

Alindi, Rizki Kila. 12220024, 2016. **Praktik Pembulatan Tarif Oleh Kantor Pos Dufan Malang Terhadap Barang-barang Ekspedisi Tinjauan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Dan Fiqh Muamalah.** Skripsi. Jurusan Hukum Bisnis Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, Pembimbing: Dr.Fakhruddin, M.HI.

Kata Kunci :Pembulatan Tarif, Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Fiqh Muamalah.

Manusia adalah makhluk sosial yang dalam memenuhi kebutuhannya pastilah membutuhkan pertolongan orang lain disekitarnya. Sekarang ini banyak sekali pelaku usaha yang membuka berbagai jasa layanan masyarakat yang menjadikan manusia sebagai konsumen memerlukan adanya perlindungan dalam pemenuhan kebutuhannya. Salah satu jasa tersebut yakni Kantor Pos yang melakukan kegiatan pembulatan tarif. Perlindungan hukum ini tidak boleh menyudutkan salah satu pihak.

Adapun rumusan masalah dalam skripsi ini adalah bagaimana praktik pembulatan tarif oleh Kantor Pos Dufan Malang terhadap barang-barang ekspedisi tinjauan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, serta bagaimana praktik pembulatan tarif oleh Kantor Pos Dufan Malang terhadap barang-barang ekspedisi tinjauan fiqh muamalah.

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode empiris atau penelitian lapangan. Sebagai bahan primer dalam penelitian ini adalah wawancara dengan informan yang dalam hal ini adalah karyawan Kantor Pos Dufan. Sedangkan bahan hukum sekunder menggunakan buku-buku, al-Qur'an, dan penelitian terdahulu.

Kesimpulan dalam penelitian ini yaitu praktik pembulatan tarif yang dilakukan Kantor Pos Dufan Malang dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Fiqh Muamalah sebenarnya diperbolehkan selama ada alasan yang kuat dari pelaku usaha yang tidak memberatkan konsumen. Adapun perbedaan mendasar diantara keduanya adalah hukuman terkait pembulatan tarif. Dalam UUPK menetapkan hukuman dengan melakukan penarikan izin usaha, sedangkan dalam fiqh muamalah apabila pelaku usaha dengan sengaja melakukan kegiatan pembulatan tarif yang memberatkan konsumen maka termasuk dalam jenis riba dan termasuk penipuan. Hal ini menunjukkan bahwa UUPK lebih mengedepankan kepastian hukum sedangkan fiqh muamalah lebih mengedepankan keadilan hukum.

ABSTRACT

Alindi, Rizki Kila. 12220024, 2016. **Practice Rounding Rates By Post Office Dufan Malang Against The goods Expedition Overview Consumer Protection Act And Fiqh Muamalah**. Essay. Islamic Business Law Department, Faculty of Sharia, Islamic State University (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, Supervisor: Dr. Fakhruddin, M. Hi.

Keywords: Rounding Rates, Consumer Protection Act, Fiqh Muamalah.

Humans are social creatures who meet their needs must need the help of others in the vicinity. Nowadays a lot of businesses that open up various services to the community that makes human beings as consumers require in meeting their protection needs. One of the services that the post office is conducting rounding fare. This legal protection should not be cornered one of the parties.

The formulation of the problem in this thesis is how the practice of rounding rates by the Post Office Dufan Malang to goods expedition review the Consumer Protection Act, as well as how the practice of rounding Post Office Dufan rates by the Office of Malang on goods expedition of reviews fiqhmuamalah.

In this research the authors use empirical methods or research field. As the primary ingredient in this study were interviews with informants in this case is Pos Dufan Office employees. While the secondary legal materials using books, the Koran, and previous research.

The conclusion of this study is the practice of rounding fare done Dufan Malang Post Offices in the Consumer Protection Act (BFL) and Fiqh Muamalah actually allowed for no compelling reason of businesses that do not burden consumers. The fundamental difference between the two rates is associated penalties rounding. In BFL prescribes penalties to withdraw business licenses, while in fiqhmuamalah when businesses deliberately carrying out activities rounding the rates burden consumers, including the type of usury and including fraud. This suggests that more emphasis UUPK legal certainty while fiqhmuamalah put forward the legal justice.

ملخص البحث

أليندي، رزق كيلا ، 12220024 ، "ممارسة تدوير الأجرة بديوان البريد دوفان مالانج علي بضائع الإرسال في نظرة قانون رقم 8 سنة 1999 في أمر حماية المستهلك و فقه المعاملة " . بحث جامعي، بقسم الحكم الإقتصاد الإسلامي في كلية الشريعة بجامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية بمالانج، المشرف: فخر الدين الماجستير.

الكلمات المفتاحية: التقريب الاسعار، قانون حماية المستهلك، الاقتصاد الفقهية.

البشر هم مخلوقات اجتماعية من تلبية احتياجاتهم يجب أن تحتاج إلى مساعدة الآخرين في المنطقة المحاورة. في الوقت الحاضر الكثير من الشركات التي تفتح خدمات متنوعة لل مجتمع الذي يجعل البشر كما تتطلب المستهلكين في تلبية احتياجاتهم. واحدة من الخدمات التي مكتب البريد تجري أجرة التقريب . لا ينبغي أن يحشر هذه الحماية القانونية أحد الطرفين .

صياغة المشكلة في هذه الأطروحة هو كيفية ممارسة معدلات التقريب من قبل مكتب مالانج على السلع حملة مراجعة قانون حماية المستهلك ، وكذلك كيفية ممارسة معدلات التقريب من قبل مكتب مالانج على السلع بعثة من الاستعراضات الاقتصاد الفقهية.

في هذه الدراسة استخدام الكتاب الأساليب التجريبية أو المجال البحثي . كما كانت العنصر الأساسي في هذه الدراسة المقابلات مع المخبرين في هذه الحالة هو مكتب موظف مكتب بريد . في حين أن المواد القانونية الثانوية باستخدام الكتب، و القرآن الكريم، و بحوث سابقة . المادة الثالثة البيانات المستخدمة في القاموس الذي الإندونيسية قاموس

الاستنتاج من هذه الدراسة هو ممارسة التقريب تعرفه مالانج مكاتب البريد في قانون حماية المستهلك و الاقتصاد الفقهية يسمح في الواقع ل ل سبب مقنع من الشركات التي لا المستهلكين عبء . الفرق الأساسي بين السعيرين هو العقوبات المرتبطة التقريب . في قانون حماية المستهلك يفرض عقوبات على سحب الرخص التجارية ، في حين الاقتصاد الفقهية عند الشركات تحمل عمدا بأنشطة التقريب المستهلكين عبء الرسوم الجمركية ، بما في ذلك نوع من الربا و منها التزوير . هذا يدل على أن قانون حماية المستهلك تؤكد على سيادة القانون ، في حين وضعت الاقتصاد الفقهية الامام العدالة القانونية .



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada hakikatnya manusia adalah makhluk sosial yang dalam memenuhi kebutuhannya pasti membutuhkan pertolongan orang lain di sekitarnya. Disadari atau tidak, sekarang ini banyak sekali pelaku usaha yang membuka berbagai jasa layanan masyarakat untuk membantu manusia dalam memenuhi kebutuhannya. Hal yang demikian ini menjadikan manusia sebagai konsumen memerlukan adanya perlindungan dalam pemenuhan kebutuhannya.

Masalah perlindungan konsumen semakin gencar dibicarakan. Permasalahan ini tidak akan pernah habis dan akan selalu menjadi bahan perbincangan di masyarakat. Selama masih banyak konsumen yang dirugikan, masalahnya tidak akan pernah tuntas. Oleh karena itu, masalah perlindungan konsumen perlu diperhatikan.

Perlindungan konsumen merupakan bagian yang tidak dapat terpisahkan dari kegiatan bisnis yang sehat. Dalam kegiatan bisnis yang sehat terdapat keseimbangan perlindungan hukum antara konsumen dengan produsen. Tidak adanya perlindungan yang seimbang menyebabkan konsumen berada pada posisi yang lemah.¹

Kondisi konsumen yang banyak dirugikan, memerlukan peningkatan upaya untuk melindunginya, sehingga hak-hak konsumen dapat ditegakkan. Namun sebaliknya, perlu diperhatikan bahwa dalam memberikan perlindungan kepada konsumen, tidak boleh justru mematikan usaha produsen. Oleh karena itu ketentuan yang memberikan perlindungan kepada konsumen juga harus diimbangi dengan ketentuan yang diberikan perlindungan kepada produsen, sehingga perlindungan konsumen tidak justru membalik kedudukan konsumen dari kedudukan yang lemah menjadi lebih kuat, dan begitu sebaliknya. Maka perlu untuk menjaga keseimbangan hubungan hukum antara produsen dan konsumen sehingga perlu adanya prinsip-prinsip perlindungan bagi konsumen yang dapat menjadi acuan dalam memberikan

¹AhmadiMiru, *Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*, (Rajawali Press. 2011), h. 1.

perlindungan kepada konsumen demikian pula untuk memudahkan bagi produsen dan konsumen mengetahui hak dan kewajibannya.

Saat ini semakin berkembangnya teknologi juga memunculkan perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman barang seperti Pos Indonesia, TIKI, JNE (Jalur Nugraha Ekakurir), dan lain-lain. Macam-macam perusahaan tersebut memiliki berbagai aturan dan proses pembulatan yang berbeda dalam menentukan tarif pada pengiriman barangnya.

Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa ini pasti melakukan kegiatan pembulatan tarif yang mana dalam hal ini konsumen sama sekali tidak mengetahui rumus dari pembulatan tersebut. Pada waktu itu terjadi pada salah satu perusahaan penyedia jasa pengiriman barang ekspedisi. Pada saat melakukan kegiatan penjualan jasa, konsumen hanya diberikan panduan mengenai proses pengiriman barang ketempat tujuan dengan tarif yang sudah ditetapkan oleh perusahaan jasa tersebut. Ketika konsumen menanyakan secara jelas mengenai rincian tarif, pihak perusahaan penyedia jasa hanya memberikan penjelasan bahwa penetapannya sudah terprogram oleh pusat yang mana tidak bisa diubah oleh setiap karyawan.

Di dalam menentukan tarif pengiriman barang perusahaan melihat dari segi jarak jauh dekatnya tujuan pengiriman barang yang ditempuh, besar (volume) barang dan beratnya barang yang akan dikirim. Pemberian tarif tersebut merupakan upah yang diberikan pelanggan kepada pihak perusahaan jasa pengiriman barang sebagai imbalan atas pengiriman barang. Maka pelanggan harus memberikan upah yang

pantas. Hal ini agar sesuai dengan firman Allah dalam surat al-Baqarah ayat 233 yang berbunyi :

وَإِنْ أَرَدْتُمْ أَنْ تَسْتَرْضِعُوا أَوْلَادَكُمْ فَلَا جُنَاحَ عَلَيْكُمْ إِذَا سَلَّمْتُمْ مَا آتَيْتُمْ بِالْمَعْرُوفِ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ

Artinya : ... "Dan jika kamu ingin anakmu disusukan oleh orang lain, maka tidak ada dosa bagimu bila kamu memberikan pembayaran menurut yang patut. Bertaqwalah kamu kepada Allah dan ketahuilah bahwa Allah Maha Melihat apa yang kamu kerjakan."

Praktik timbangan menurut hukum Islam harus menyempurnakan antara takaran dan timbangan seadil-adilnya. Hal tersebut sesuai dengan firman Allah dalam al-Quran Surat al-An'am ayat 152 yang berbunyi :

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ ۚ وَأَوْفُوا بِالْعَيْلِ وَالْمِيرَاثَ بِالْقِسْطِ ۚ لَا تَكْلَفُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ۚ وَإِذَا قُلْتُمْ فَاعْدِلُوا وَلَوْ كَانَ ذَا قُرْبَىٰ ۚ وَبِعَهْدِ اللَّهِ أَوْفُوا ۚ ذَلِكُمْ وَصَّاكُم بِهِ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya : "Dan janganlah kamu dekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih bermanfaat, hingga sampai ia dewasa. Dan sempurnakanlah takaran dan timbangan dengan adil. Kami tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar kesanggupannya. Dan apabila kamu berkata, maka hendaklah kamu berlaku adil, kendati pun ia adalah kerabat(mu), dan penuhilah janji Allah. Yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat".

Atas dasar pemikiran tersebut penulis merasa tertarik untuk mengamati adanya ketidakadilan dan ketidakjelasan yang terjadi dalam pembulatan tarif pada barang-barang ekspedisi ditinjau dari Undang-Undang dan fiqh muamalah. Untuk itu perlu diadakan penelitian dan pembahasan yang lebih mendalam lagi, sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Praktik Pembulatan Tarif Oleh Kantor Pos Dufan Malang Terhadap Barang-barang Ekspedisi Tinjauan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Fiqh Muamalah"**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latarbelakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana praktik pembulatan tarif oleh Kantor Pos Dufan Malang terhadap barang-barang ekspedisi tinjauan Undang-Undang Perlindungan Konsumen ?
2. Bagaimana praktik pembulatan tarif oleh Kantor Pos Dufan Malang terhadap barang-barang ekspedisi tinjauan fiqh muamalah ?

C. Batasan Permasalahan

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka perlu dilakukan pembatasan masalah agar hasil penelitian dapat memberikan pemahaman yang sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan, dan juga agar penelitian ini tidak meluas dan lebih terarah maka penulis membatasi pada pembulatan tarif oleh Kantor Pos yang ada di lapangan yakni di Kantor Pos Dufan Jl. Gajayana No. 30 Malang, kemudian fakta yang ada dianalisis menggunakan tinjauan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan fiqh muamalah.

D. Tujuan Penelitian

Secara umum tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengetahui praktik pembulatan tarif oleh Kantor Pos Dufan Malang terhadap barang-barang ekspedisi tinjauan Undang-Undang Perlindungan Konsumen.
2. Mengetahui praktik pembulatan tarif oleh Kantor Pos Dufan Malang terhadap barang-barang ekspedisi tinjauan fiqh muamalah.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Sebagai wahana untuk mengembangkan wacana dan pemikiran dalam pengembangan keilmuan hukum bisnis syariah yang berkaitan dengan hukum perlindungan konsumen dan fiqh muamalah.
- b. Untuk mengetahui secara mendalam mengenai pembulatan tarif Kantor Pos Dufan Malang terhadap barang-barang ekspedisi.
- c. Menambah literatur atau bahan-bahan informasi ilmiah yang dapat digunakan untuk melakukan kajian dan penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran yang komprehensif mengenai hukum, khususnya mengenai pembulatan tarif yang baik dan sesuai dengan peraturan perundangan dan kajian fiqh muamalah.
- b. Untuk memberikan masukan dan informasi bagi masyarakat luas tentang pembulatan tarif Kantor Pos.

F. Definisi Operasional

1. Pembulatan Tarif

Membulatkan suatu harga dari harga awal yang tertera pada saat proses perhitungan.

2. Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen. Rumusan pengertian ini terdapat dalam Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999

tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut Undang-Undang Perlindungan Konsumen/ UUPK).²

3. Fiqh Muamalah

Aturan-aturan Allah yang wajib ditaati yang mengatur hubungan manusia dengan manusia dalam kaitannya dengan cara memperoleh dan mengembangkan harta benda.³

G. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam pemahaman skripsi serta agar lebih sistematis, skripsi ini disusun terdiri dari lima bab yang terdiri dari beberapa sub bab bahasan. Kelima bab ini disusun dengan sistematika pembahasan sebagai berikut :

Pertama, pendahuluan. Pada bab ini diuraikan tentang latarbelakang masalah, rumusan permasalahan, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan definisi operasional.

Kedua, kajian pustaka. Pada bab ini dijelaskan tentang penelitian-penelitian terdahulu dan kerangka teori yang berisi tentang paparan teori yang akan menjadi alat analisis penelitian. Pada kerangka teori penulis membahas tentang praktik pembulatan tarif tinjauan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan fiqh muamalah.

Ketiga, metode penelitian. Pada bab ini membahas tentang penjelasan beberapa metode yang akan digunakan untuk melakukan penelitian, seperti

²AhmadiMirudanSutarmanYodo, *HukumPerlindunganKonsumen*, (Jakarta: PT Raja Grafindo. 2007) , h. 1.

³HendiSuhendi,*FiqhMuamalah*, (Jakarta: PT Raja GrafindoPersada. 2007), h. 2-3.

pendekatan penelitian, jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber dan jenis data, metode pengumpulan data, serta pengolahan data.

Keempat, paparan data dan pembahasan. Pada bab ini membahas tentang hasil penelitian dan perbandingan antara fakta dan teori, yakni pembulatan tarif oleh Kantor Pos Dufan Malang terhadap barang-barang ekspedisi tinjauan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan fiqh muamalah.

Kelima, penutup. Penutup terdiri dari kesimpulan (jawaban singkat atas rumusan masalah yang ditetapkan) dan saran. Pada bagian yang terakhir berisi tentang daftar pustaka, lampiran-lampiran, dan daftar riwayat hidup peneliti.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan penelitian berupa skripsi, artikel, atau jurnal yang diteliti oleh orang lain yang judul serta isinya hampir sama dengan penelitian ini. Berikut penelitian terdahulu yang pembahasannya hampir sama dengan penelitian ini.

1. Penelitian terdahulu pernah dilakukan oleh Muhammad Nur Solikhin, Mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta pada tahun 2011 dalam thesisnya yang berjudul *“Tinjauan Etika*

Bisnis Islam Terhadap Praktik Pembulatan Harga Jasa Warnet (Studi di Warnet Jl. Godean Km.7 Yogyakarta". Dalam penelitian tersebut, peneliti meneliti tentang praktik pembulatan harga jasa warnet dalam etika bisnis Islam di warnet Jl. Godean Km. 7 Yogyakarta, sedangkan dalam penelitian ini penulis sama-sama meneliti mengenai pembulatan tarifnya, namun objeknya berbeda yaitu pada "Kantor Pos" jadi keduanya memiliki obyek yang berbeda. Selain itu jika dalam penelitian tersebut menggunakan analisis dengan tinjauan etika bisnis Islam, dalam penelitian ini penulis akan menganalisis berdasarkan tinjauan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan fiqh muamalah.

2. Penelitian terdahulu pernah dilakukan oleh Ely Nur Jaliyah, Mahasiswi Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta pada tahun 2010 dalam skripsinya yang berjudul ***"Pandangan Hukum Islam Terhadap Penetapan Harga Dalam Jual Beli Di Rumah Makan Prasmanan Pandowolimo Jl. Bima Sakti No. 30 Sopen Yogyakarta"***. Penelitian tersebut memfokuskan pada mekanisme penetapan harga pada rumah makan pandowolimo di Jl. Bima Sakti No. 30 Sopen Yogyakarta. Sedangkan dalam penelitian ini, penulis akan meneliti mengenai bagaimana pembulatan tarif oleh Kantor Pos Dufan Malang terhadap barang-barang ekspedisi, apakah pembulatan tarif tersebut sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan fiqh muamalah atau tidak. Keduanya sama-sama membahas mengenai pembulatan tarif, namun obyek penelitiannya berbeda dan juga rumusan masalahnya benar-benar berbeda.

3. Penelitian terdahulu pernah dilakukan oleh Zendy, Mahasiswa Fakultas Hukum dan Komunikasi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang pada tahun 2015 dalam skripsinya yang berjudul *“Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Bahan Bakar Minyak (BBM) Terhadap Pembulatan Harga Yang Harus Dibayar Di SPBU Kota Semarang”*. Dalam penelitian tersebut, peneliti meneliti tentang perlindungan hukum pada pembulatan harga BBM di Kota Semarang, sedangkan dalam penelitian ini penulis sama-sama meneliti mengenai pembulatan tarifnya, namun objeknya berbeda yaitu pada “Kantor Pos” jadi keduanya memiliki obyek yang berbeda. Selain itu jika dalam penelitian tersebut menggunakan analisis dengan hukum positif saja, dalam penelitian ini penelitimenganalisis berdasarkan tinjauan undang-undang perlindungan konsumen dan fiqh muamalah.
4. Penelitian terdahulu juga dilakukan oleh Wildan Saifullah Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin Makassar pada tahun 2015 dengan skripsinya yang berjudul *“Analisis Yuridis Terhadap Kewenangan Pemerintah Kota Dalam Menetapkan Tarif Angkutan Darat Di Kota Makassar”*. Dalam penelitian tersebut meneliti tentang landasan yuridis pemerintah kota pada penetapan tarif angkutan darat di kota Makassar, yang kemudian di analisis dengan analisis yuridis saja, sedangkan dalam penelitian kali ini penulis meneliti tentang pembulatan tarif terhadap barang-barang ekspedisi pada Kantor Pos yang kemudian dianalisis menggunakan tinjauan Undang-Undang dan fiqh muamalah. Jadi letak perbedaannya sangatlah jelas.

Adapun untuk lebih memperjelas tentang penelitian terdahulu maka disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Muhammad Nur Sholikhin. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. 2011	<i>“Tinjauan Etika Bisnis Terhadap Praktik Pembulatan Harga Jasa Warnet (Studi di Warnet Jl. Godean Km.7 Yogyakarta)”</i>	a. Metode penelitian: jenis penelitian empiris. b. Sama-sama meneliti tentang pembulatan harga.	a. Lokasi penelitian di warnet Jl. Godean Km.7 Yogyakarta. b. Meneliti tentang pembulatan harga pada jasa warnet yang kemudian dianalisis menggunakan etika bisnis dalam Islam sedangkan penelitian saya ini menggunakan analisis Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan fiqh muamalah terhadap pembulatan tarif oleh kantor pos. c. Objeknya terdapat pada warnet sedangkan penelitian saya terdapat pada kantor pos.
2.	Ely Nur Jaliyah. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. 2010.	<i>“Pandangan Hukum Islam Terhadap Penetapan Harga Dalam Jual Beli Di Rumah Makan Prasmanan Pandowolimo Jl. Bima Sakti No. 30 Sapen Yogyakarta”</i>	a. Metode penelitian: jenis penelitian empiris. b. Sama-sama meneliti tentang pembulatan harga.	a. Lokasi penelitian di rumah makan Prasmanan Pandowolimo Jl. Bima Sakti No. 30 Yogyakarta. b. Menggunakan pandangan hukum Islam sebagai acuan analisisnya sedangkan penelitian saya menggunakan hukum positif berupa

				Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan fiqh muamalah sebagai acuannya. c. Objek yang dijadikan sasaran adalah rumah makan sedangkan penelitian saya adalah kantor pos sebagai penyedia jasa pengiriman barang.
3.	Zendy. Universitas Katolik Soegijapranata. 2015.	<i>“Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Bahan Bakar Minyak (BBM) Terhadap Pembulatan Harga Dibayar Di SPBU Kota Semarang”</i>	a. Metode penelitian: jenis penelitian empiris. b. Sama-sama meneliti tentang pembulatan harga.	a. Lokasi penelitian di SPBU Kota Semarang sedangkan penelitian saya berlokasi di Kantor Pos Dufan Malang. b. Menggunakan analisis yuridis sebagai acuannya sedangkan pada penelitian saya menggunakan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan fiqh muamalah sebagai acuan dalam analisis pembulatan tarif.
4.	Wildan Saifullah. Universitas Hasanuddin. 2015.	<i>“Analisis Yuridis Terhadap Kewenangan Pemerintah Kota Dalam Menetapkan Tarif Angkutan Darat Di Kota Makassar”</i>	a. Metode penelitian: jenis penelitian empiris. b. Sama-sama meneliti tentang pembulatan harga.	a. Lokasi penelitian di Kota Makassar sedangkan penelitian saya di Kantor Pos Dufan Malang. b. Menggunakan analisis yuridis saja sebagai acuan penetapan tariff angkutan kota sedangkan pada penelitian saya

				menggunakan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan fiqh muamalah sebagai acuan dalam analisis tentang pembulatan tarif pada jasa pengiriman barang.
--	--	--	--	--

B. Kerangka Teori

1. Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Seperti diketahui bahwa Undang-Undang Perlindungan Konsumen menetapkan tujuan perlindungan konsumen antara lain adalah untuk mengangkat harkat kehidupan konsumen, maka untuk maksud tersebut berbagai hal yang membawa akibat negatif dari pemakaian barang dan/atau jasa harus dihindarkan dari aktivitas perdagangan pelaku usaha. Sebagai upaya untuk menghindarkan akibat negatif pemakaian barang dan/atau jasa tersebut, maka Undang-Undang menentukan berbagai larangan sebagai berikut:⁴

Pasal 8

- (1) Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:
- tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
 - tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih, atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
 - tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan, dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
 - tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan, atau kemanjuran

⁴ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada. 2007), h. 63.

sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket, atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;

- e. tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
 - f. tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan, atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
 - g. tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
 - h. tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan “halal” yang divantumkan dalam label;
 - i. tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha, serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/ dibuat;
 - j. tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
- (2) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.
 - (3) Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat dan bekas dan tercemar, dengan tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.
 - (4) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

Penjelasan pasal 8, yakni:⁵

Pada intinya substansi pasal ini tertuju pada dua hal, yaitu larangan memproduksi barang dan/atau jasa, dan larangan memperdagangkan barang dan/atau jasa yang dimaksud. Larangan-larangan yang dimaksudkan ini, hakikatnya menurut Nurmadjito yaitu untuk mengupayakan agar barang dan/atau jasa yang beredar di masyarakat merupakan produk yang layak edar, antara lain asal-usul, kualitas sesuai dengan informasi pengusaha baik melalui label, etiket, iklan, dan lain sebagainya.

⁵Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsume*, h. 65-66.

Berbeda dengan produk-produk lainnya, terhadap barang-barang yang berupa sediaan farmasi mendapat perlakuan khusus, karena kalau barang jenis ini rusak, cacat atau bekas, tersemar maka dilarang untuk diperdagangkan, walaupun disertai dengan informasi yang lengkap dan benar tentang barang tersebut. Sedangkan barang lainnya tetap dapat diperdagangkan asal disertai dengan informasi yang lengkap dan benar atas barang tersebut.

Larangan-larangan yang tertuju pada “produk” sebagaimana dimaksudkan di atas adalah untuk memberikan perlindungan terhadap kesehatan/ harta konsumen dari penggunaan barang dengan kualitas yang di bawah standar atau kualitas yang lebih rendah daripada nilai harga yang dibayar. Dengan adanya perlindungan yang demikian, maka konsumen tidak akan diberikan barang dengan kualitas yang lebih rendah daripada harga yang dibayarnya, atau yang tidak sesuai dengan informasi yang diperolehnya.

Pasal 9

- (1) Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah:
 - a. barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu;
 - b. barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru;
 - c. barang dan/atau jasa tersebut telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri kerja atau aksesori tertentu;
 - d. barang dan/atau jasa tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan atau afiliasi;
 - e. barang dan/atau jasa tersebut tersedia;
 - f. barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi;
 - g. barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu;
 - h. barang tersebut berasal dari daerah tertentu;

- i. secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang dan/atau jasa lain;
 - j. menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman tidak berbahaya, tidak mengandung risiko atau efek sampingan tanpa keterangan yang lengkap;
 - k. menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.
- (2) Barang dan/atau jasa sebagaimana dimaksud pada ayat 1 dilarang untuk diperdagangkan.
- (3) Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap ayat 1 dilarang melanjutkan penawaran, promosi, dan pengiklanan barang dan/atau jasa tersebut.

Penjelasan pasal 9 yakni:⁶

Apabila diperhatikan substansi Pasal 9 yang mengatur larangan melakukan penawaran, promosi, periklanan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, tampak sedikit rancu sehingga perlu dilakukan revisi bahkan sebagian di antara ayat-ayatnya mendapat pengaturan yang berlebihan.

Larangan terhadap pelaku usaha tersebut dalam UUPK, membawa akibat bahwa pelanggaran atas larangan tersebut dikualifikasi sebagai perbuatan melanggar hukum. Tujuan dari pengaturan ini menurut Nurmadjito adalah untuk mengupayakan terciptanya tertib perdagangan dalam rangka menciptakan iklim usaha yang sehat. Ketertiban tersebut sebagai bentuk perlindungan konsumen, karena larangan itu untuk memastikan bahwa produk yang diperjualbelikan dalam masyarakat dilakukan dengan cara tidak melanggar hukum. Seperti praktik menyesatkan pada saat menawarkan, mempromosikan, mengiklankan, memperdagangkan atau mengedarkan produk barang dan/atau jasa yang palsu, atau hasil dari suatu kegiatan pembajakan.

⁶Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsume*, h. 90-91.

Pasal 10

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai:

- a. harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa;
- b. kegunaan suatu barang dan/atau jasa;
- c. kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa;
- d. tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan;
- e. bahwa penggunaan barang dan/atau jasa.

Penjelasan Pasal 10, yakni:⁷

Sama dengan ketentuan Pasal 9 UUPK yang diuraikan sebelumnya, Pasal 10 UUPK ini juga menyangkut larangan yang tertuju pada “perilaku” pelaku usaha yang tujuannya mengupayakan adanya perdagangan yang tertib dan iklim usaha yang sehat guna memastikan produk yang diperjualbelikan dalam masyarakat dilakukan dengan cara tidak melanggar hukum. Demikian pula, karena ketentuan Pasal 10 di atas ini berisi larangan menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan terhadap barang dan/atau jasa tertentu, maka secara otomatis larangan dalam pasal ini juga menyangkut persoalan representasi sebagaimana diuraikan dalam Pasal 9.

Pasal 11

Pelaku usaha dalam hal penjualan yang dilakukan melalui car obral atau lelang, dilarang mengelabui/ menyesatkan konsumen dengan:

- a. menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah telah memenuhi standar mutu tertentu;
- b. menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah tidak mengandung cacat tersembunyi;
- c. tidak berniat untuk menjual barang tyang ditawarkan melainkan dengan maksud untuk menjual barang-barang lain;

⁷Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsume*, h. 92.

- d. tidak menyediakan barang dalam jumlah tertentu dan/atau jumlah yang cukup dengan maksud menjual barang yang lain;
- e. tidak menyediakan jasa dalam kapasitas tertentu atau dalam jumlah cukup dengan maksud menjual jasa yang lain;
- f. menaikkan harga atau tarif barang dan/atau jasa sebelum melakukan obral.

Penjelasan Pasal 11, yakni:

Larangan dalam Pasal 11 di atas ini, masih menyangkut persoalan representasi, yang tidak benar dilakukan oleh pelaku usaha, sebagaimana juga terjadi dengan ketentuan pasal-pasal sebelumnya. Oleh karena itu, Pasal 11 ini menyangkut larangan yang selain ditujukan pada “perilaku” pelaku usaha seperti dapat dilihat dalam komentar atas pasal-pasal sebelumnya, juga merupakan larangan yang ditujukan pada “cara-cara penjualan” yang dilakukan oleh pelaku usaha.

Pasal 12

“Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan harga atau tarif khusus dalam waktu dan jumlah tertentu, jika pelaku usaha tersebut tidak bermaksud untuk melaksanakannya sesuai dengan waktu dan jumlah yang ditawarkan, dipromosikan, atau diiklankan.”

Penjelasan Pasal 12, yakni:⁸

Pasal ini menyangkut larangan yang tertuju pada perilaku pelaku usaha, sebagaimana pasal-pasal sebelumnya. Sebagai larangan yang ditujukan pada perilaku, terlihat dari kegiatan menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan barang dan/atau jasa dengan harga atau tarif khusus padahal pelaku usaha tersebut tidak bermaksud untuk melaksanakannya.

⁸Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, h. 95.

Pelaku usaha dilarang melakukan hal tersebut, untuk menghindari kekacauan tertib perdagangan dan iklim usaha yang tidak sehat, disamping melindungi konsumen dari kegiatan menyesatkan. Atas perilaku yang tidak benar seperti itu, dengan sendirinya dikualifikasi sebagai perbuatan melawan hukum, disamping dapat juga dituntut melakukan wanprestasi.

Pasal 13

- (1) Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain secara cuma-cuma dengan maksud tidak memberikannya atau memberikan tidak sebagaimana yang dijanjikannya.
- (2) Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan obat, obat tradisional, suplemen makanan, alat kesehatan, dan jasa pelayanan kesehatan dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain.

Penjelasan Pasal 13, yakni:⁹

Pasal ini menyangkut larangan yang tertuju pada cara-cara penjualan yang dilakukan melalui sarana penawaran, promosi, atau pengiklanan, disamping larangan yang tertuju pada perilaku usaha yang mengelalui atau menyesatkan konsumen. Hanya variasinya yang membedakan dengan larangan yang tertuang di dalam pasal-pasal sebelumnya.

Pasal 14

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dengan memberikan hadiah melalui cara undian, dilarang untuk;

- a. tidak melakukan penarikan hadiah setelah batas waktu yang dijanjikan;
- b. mengumumkan hasilnya tidak melalui media massa;
- c. memberikan hadiah tidak sesuai dengan yang dijanjikan;
- d. mengganti hadiah yang tidak setara dengan nilai hadiah yang dijanjikan.

⁹Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, h. 96.

Penjelasan Pasal 14, yakni:

Secara umum ketentuan Pasal 14 ini berisikan larangan yang ditujukan pada “perilaku” pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan dengan janji memberikan hadiah melalui cara undian, yang bertujuan untuk menertibkan perdagangan dalam rangka menciptakan iklim usaha yang sehat, dan agar perilaku pelaku usaha tersebut tidak dikualifikasi sebagai perbuatan melanggar hukum. Sementara maksud lain dari ketentuan Pasal 14 ini adalah agar pelaku usaha tidak melakukan “cara-cara penjualan” yang dapat mengelabui atau menyesatkan konsumen.

Pasal 15

“Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa dilarang melakukan dengan cara pemaksaan atau cara lain yang dapat menimbulkan gangguan baik fisik maupun psikis terhadap konsumen.”

Penjelasan Pasal 15, yakni:

Ketentuan pasal ini sama juga dengan maksud larangan yang disebutkan dalam pasal sebelumnya, yaitu larangan yang tertuju pada “perilaku” dan “cara-cara penjualan” yang tidak benar dilakukan oleh pengusaha, yang membedakan hanya menyangkut cara yang dilakukan oleh pelaku usaha yang bersangkutan. Khusus dalam ketentuan Pasal 15 ini adalah cara paksaan yang menempatkan posisi konsumen menjadi lemah.

Pasal 16

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa melalui pesanan dilarang untuk:

- a. tidak menepati pesanan dan/atau kesepakatan waktu penyelesaian sesuai dengan yang dijanjikan;
- b. tidak menepati janji atas suatu pelayanan dan/atau prestasi.

Penjelasan Pasal 16, yakni:

Larangan dalam pasal ini, menjadikan perbuatan tidak menepati pesanan dan/atau tidak menepati kesepakatan waktu penyelesaian sesuai dengan yang dijanjikan, termasuk tidak menepati janji atas suatu pelayanan dan/atau prestasi, tidak saja dapat dituntut berdasarkan wanprestasi tetapi lebih dari itu dapat dituntut pidana oleh aparat yang berwenang. Hal ini yang kiranya dimaksudkan sebagai kerangka sistem hukum Perlindungan Konsumen. Di sini ada upaya pemberdayaan konsumen dari posisi yang lemah di hadapan pelaku usaha.

Pasal 17

- (1) Pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang:
 - a. mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/atau tarif jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa;
 - b. mengelabui jaminan/garansi terhadap barang dan/atau jasa;
 - c. memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa;
 - d. tidak memuat informasi mengenai risiko pemakaian barang dan/atau jasa;
 - e. mengeksploitasi kejadian dan/atau seseorang tanpa seizin yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan;
 - f. melanggar etika dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai periklanan.
- (2) Pelaku usaha periklanan dilarang melanjutkan peredaran iklan yang telah melanggar ketentuan pada ayat 1.

Penjelasan Pasal 17, yakni:¹⁰

Pasal 17 ini merupakan pasal yang secara khusus ditujukan pada perilaku pelaku usaha periklanan, yang mengelabui konsumen melalui iklan yang

¹⁰Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, h. 102.

diproduksinya. Menurut Ari Purwadi, mengelabui konsumen melalui iklan dapat terjadi dalam bentuk; pernyataan yang salah, pernyataan menyesatkan, dan iklan yang berlebihan.

Setelah adanya Pasal yang membahas larangan pelaku usaha, maka perlu diketahui adanya penjelasan mengenai penelitian ini, yakni:

a. Pengertian Hukum Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen, merupakan istilah yang dipakai untuk menggambarkan adanya hukum yang memberikan perlindungan kepada konsumen dari kerugian atas penggunaan produk barang dan/atau jasa. Hukum perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur dan juga mengandung sifat yang melindungi konsumen.¹¹ Menurut peraturan perundang-undangan, perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk member perlindungan konsumen.¹²

Perlindungan konsumen mempunyai cakupan yang sangat luas meliputi perlindungan terhadap segala kerugian akibat penggunaan barang dan/atau jasa. Meskipun perlindungan ini diperuntukkan bagi konsumen, namun bukan berarti kepentingan pelaku usaha tidak mendapat perhatian. Karena bagaimanapun, untuk menciptakan iklim persaingan usaha yang sehat dan kondusif, keberadaan pelaku usaha sebagai produsen barang dan/atau jasa harus mendapatkan perlakuan adil,

¹¹ Az Nasution, *Konsumen dan Hukum*, (Jakarta: Rineka Cipta. 1996), h. 65.

¹² Lembar Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Pasal 1 ayat (1).

dengan memposisikan sebagai mitra konsumen dalam memenuhi kebutuhan sesuai hak dan kewajiban yang timbul dari suatu perikatan.¹³

b. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen

Untuk dapat menegakkan hukum perlindungan konsumen, perlu diberlakukan asas-asas yang berfungsi sebagai landasan penetapan hukum. Pengaturan mengenai asas-asas atau prinsip-prinsip yang berlaku dalam hukum perlindungan konsumen dirumuskan dalam peraturan perundang-undangan yang menyatakan bahwa: perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen serta partisipasi hukum.¹⁴

Adapun penjelasan lebih lanjut mengenai asas perlindungan konsumen adalah sebagai berikut:

- 1) Asas manfaat dimaksudkan untuk mengamankan penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberi manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.
- 2) Asas keadilan dimaksudkan untuk mewujudkan partisipasi masyarakat secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha memperoleh haknya dan melaksanakan kewajiban secara adil.

¹³ Burhanuddin S. *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal*, (Malang: UIN-Maliki Press. 2011), h. 2.

¹⁴ Lembar Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Pasal 2.

- 3) Asas keseimbangan dimaksudkan untuk memberi keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materil maupun spiritual.¹⁵
- 4) Asas keamanan dan keselamatan konsumen dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.
- 5) Asas kepastian hukum dimaksud agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta Negara menjamin kepastian hukum.¹⁶

Tujuan perlindungan konsumen pada hakikatnya adalah untuk mencapai maslahat dari hasil transaksi ekonomi/ bisnis. Pengertian maslahat dalam kegiatan ekonomi/ bisnis adalah perpaduan antara pencapaian keuntungan dan berkah.¹⁷ Keuntungan diperoleh apabila kegiatan usaha memberikan nilai tambah dari aspek ekonomi, sedangkan berkah diperoleh sesuai prinsip-prinsip syariah. Karena itu untuk mencapai tujuan tersebut, diperoleh kesadaran dari pada pelaku usaha untuk selalu mengedepankan perbuatan yang tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah dan peraturan lainnya yang berlaku secara yuridis formal.

Sehingga dengan adanya Undang-Undang tersebut diharapkan akan terwujud suatu tantangan masyarakat dan hukum yang baik dan menjadikan keseimbangan

¹⁵ Badan Perlindungan Konsumen Nasional, *Perlindungan Konsumen Indonesia*, Cet 2, (Jakarta: 2005), 5.

¹⁶ Burhanuddin S. *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal*, (Malang: UIN MALIKI PRESS, 2011), h. 4.

¹⁷ Tim P3EI Universitas Islam Indonesia, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), h. 135.

antara produsen dan konsumen yang baik agar terwujud suatu perekonomian yang sehat dan dinamis sehingga tercapai kemakmuran dan kesejahteraan.

c. Unsur-unsur Perlindungan Konsumen

Hukum perlindungan konsumen terbentuk dari pola hubungan antara beberapa unsur utama yang terkait di dalamnya. Hubungan tersebut tercipta dari suatu perikatan bisnis yang menimbulkan akibat hukum. Dalam hukum perlindungan konsumen, pengertian akibat hukum tidak hanya berhenti setelah terjadinya kesepakatan para pihak (*ijab qabul*), melainkan perlu ditindak lanjuti hingga pasca terjadinya kesepakatan tersebut. Artinya, meskipun perikatan bisnis telah dinyatakan selesai; namun pihak konsumen tetap berhak mendapatkan perlindungan hukum atas penggunaan barang dan/atau jasa yang disediakan produsen.¹⁸

Adapun unsur-unsur yang terdapat dalam hukum perlindungan konsumen adalah sebagai berikut:

1) Konsumen

Dalam transaksi ekonomi, disebut konsumen karena seseorang atau badan hukum menggunakan suatu produk barang dan/atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya. Dengan kata lain, konsumen adalah setiap orang, kelompok atau badan hukum pemakai suatu harta benda atau jasa karena adanya hak yang sah, baik dipakai untuk pemakaian akhir maupun proses produksi selanjutnya.¹⁹ Sedangkan menurut undang-undang, yang dimaksud konsumen adalah: “setiap orang pemakai

¹⁸ Burhanuddin S. *Pemikiran Hukum*, 6.

¹⁹ Muhammad dan Alimin, *Etika Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: BPFE UGM, 2004), h. 129-130.

barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.”²⁰

Berdasarkan pengertian di atas, subjek yang disebut konsumen berarti setiap orang yang berstatus sebagai pengguna suatu produk tertentu. “Di dalam kepustakaan ekonomi dikenal konsumen akhir dan kosumen antara. Konsumen akhir adalah pengguna atau pemanfaatan akhir dari suatu produk, sedangkan konsumen antara adalah konsumen yang menggunakan suatu produk sebagai bagian dari proses produksi suatu produk lainnya. Pengertian konsumen dalam Undang-Undang ini adalah konsumen akhir.”

2) Pelaku Usaha

Pasal 1 ayat (3) UU No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, memberikan pengertian pelaku usaha, sebagai berikut:

“Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.”²¹

Penjelasan “pelaku usaha yang termasuk dalam pengertian ini adalah perusahaan, korporasi, BUMN, koperasi, importer, pedagang, distributor, dan lain-lain.”²²

²⁰ Lembar Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Pasal 1 ayat (2).

²¹ Lembar Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, penjelasan Pasal 1 ayat (3).

²² Abdul Halim Barakatullah, *Hak-hak Konsumen*, (Bandung: Nusa Media, 2010), h. 149.

3) Barang dan/atau jasa

Produk barang dan/atau jasa yang menjadi objek perlindungan konsumen beragam jumlahnya. Keragaman ini seiring dengan tuntutan kebutuhan konsumen terhadap pemakai produk tersebut, yaitu mulai dari kebutuhan pokok hingga kebutuhan pelengkap yang semuanya perlu mendapatkan perlindungan hukum.²³ Dalam hukum kontrak, agar sesuatu dapat dijadikan sebagai objek yang merupakan bagian rukun perikatan, maka pemberlakuannya harus memenuhi persyaratan yaitu sesuatu yang menjadi objek (barang dan/atau jasa) sehingga dapat diserahkan terimakan, adanya kepemilikan sempurna terhadap objek perikatan.²⁴

d. Hak dan Kewajiban Konsumen Dengan Pelaku Usaha

Undang-Undang tentang perlindungan konsumen tidak hanya mencantumkan hak-hak dan kewajiban dari konsumen, melainkan juga hak-hak dan kewajiban dari pelaku usaha. Namun, hak yang diberikan kepada konsumen (yang diatur dalam pasal 4) lebih banyak dibandingkan dengan hak pelaku usaha (yang dimuat di pasal 6) dan kewajiban pelaku usaha (dalam pasal 7) lebih banyak dari kewajiban konsumen (yang termuat dalam pasal 5).²⁵

Adapun pembagian hak dan kewajiban tersebut adalah sebagai berikut:

1) Hak dan Kewajiban Konsumen

²³ Burhanuddin S. *Pemikiran Hukum*, h. 15.

²⁴ Burhanuddin S, *Hukum Kontrak Syariah, cet ke 1*, (Yogyakarta: BPFE UGM, 2009), h. 31.

²⁵ Abdul Halim Barakatullah, *Hak-hak Konsumen*, (Bandung: Nusa Media, 2010), h. 33.

Hak-hak konsumen melalui Undang-Undang merupakan bagian dari implementasi sebagai suatu Negara kesejahteraan, karena Undang-Undang Dasar 1945 di samping sebagai konstitusi politik juga dapat disebut konstitusi ekonomi.

Dalam pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen diatur secara eksplisit delapan hak dari konsumen, sementara satu hak terakhir dirumuskan secara terbuka, berikut pembahasannya:

- a) Hak konsumen mendapatkan keamanan, kenyamanan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.
- b) Hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang benar mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
- c) Hak konsumen untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
- d) Hak konsumen untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- e) Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen.
- f) Hak konsumen untuk mendapatkan dispensasi, ganti rugi jika barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak semestinya.
- g) Hak konsumen untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- h) Hak konsumen untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- i) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

2) Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Untuk memberikan kepastian hukum dan kejelasan akan hak-hak dan kewajiban-kewajiban para pihak, Undang-Undang Perlindungan Konsumen telah memberikan batasan mengenai hak-hak dan kewajiban-kewajiban. Hak-hak dan kewajiban-kewajiban dari pelaku usaha sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 6 (tentang hak pelaku usaha) dan Pasal 7 (mengenai kewajiban pelaku usaha) adalah sebagai berikut:

- a) hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b) hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c) hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d) hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa diperdagangkan;
- e) hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undnagan lainnya.

Hak pelaku usaha untuk menerima pembayaran sesuai dengan kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan, menunjukkan bahwa pelaku usaha tidak dapat menuntut lebih banyak jika kondisi barang dan/atau jasa yang diberikan kepada konsumen tidak atau kurang memadai menurut harga yang berlaku pada umumnya atas barang dan/atau jasa yang sama. Dalam praktik yang biasa terjadi, suatu barang dan/atau jasa yang kualitasnya lebih rendah daripada barang yang serupa, maka para pihak menyepakati harga yang lebih murah. Dengan demikian yang dipentingkan dalam hal ini adalah harga yang wajar.²⁶

Hak dan kewajiban dalam kontrak (bisnis) merupakan dua sisi yang bersifat saling timbal balik. Artinya, hak salah satu pihak akan menjadi kewajiban pihak lain, dan lagipula sebaliknya kewajiban salah satu pihak menjadi pihak lain.²⁷ Karena itu disamping hak, pelaku usaha mempunyai kewajiban sebagai berikut:

- a) beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b) memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta member penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;

²⁶ Abdul Halim Barakatullah, *Hukum Perlindungan Konsumen Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran*, (Bandung: Nusa Media, 2008), h. 37.

²⁷ Abdul Halim Barakatullah, *Hak-hak Konsumen*, (Bandung: Nusa Media, 2010), h. 40.

- c) memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d) menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e) member kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta member jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f) member kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- g) Member kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Kewajiban pelaku usaha beritikad baik dalam melakukan kegiatan usaha merupakan salah satu asas yang dikenal dalam hukum perjanjian. Ketentuan tentang itikad baik ini diatur dalam Pasal 1338 ayat (3) BW. Dalam UUPK pelaku usaha diwajibkan beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya, sedangkan bagi konsumen, diwajibkan beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.

e. Berbagai Larangan Pelaku Usaha

Larangan mengenai kelayakan produk, baik itu berupa barang dan/atau jasa pada dasarnya berhubungan erat dengan karakteristik dan sifat dari barang dan/atau jasa yang diperdagangkan tersebut. Kelayakan produk tersebut merupakan “standar minimum” yang harus dipenuhi atau dimiliki oleh suatu barang dan/atau jasa tertentu sebelum barang dan/atau jasa tersebut dapat diperdagangkan untuk dikonsumsi oleh masyarakat luas. Standar minimum tersebut kadang-kadang sudah ada yang menjadi “pengetahuan umum”, namun sedikit banyaknya masih memerlukan penjelasan lebih lanjut. Untuk itu, informasi menjadi suatu hal yang penting bagi konsumen. Informasi

yang demikian tidak hanya datang dari pelaku usaha semata-mata, melainkan juga dari berbagai sumber lain yang dapat dipercaya, serta dipertanggungjawabkan sehingga pada akhirnya konsumen tidak dirugikan, dengan membeli barang dan/atau jasa yang sebenarnya tidak layak untuk diperdagangkan.²⁸

Seperti telah dikatakan di atas bahwa informasi merupakan hal penting bagi konsumen, karena melalui informasi tersebut konsumen dapat mempergunakan hak pilihnya secara benar. Hak untuk memilih tersebut merupakan hak dasar yang tidak dapat dihapuskan oleh siapapun juga. Dengan mempergunakan hak pilihnya tersebut, konsumen dapat menentukan “cocok tidaknya” barang dan/atau jasa yang ditawarkan/ diperdagangkan tersebut dengan “kebutuhan” dari masing-masing konsumen.

Selain dari persyaratan standar mengenai produk, yang relatif baku dan cenderung berlaku universal untuk suatu jenis barang dan/atau jasa tertentu, adakalanya suatu barang dan/atau jasa tertentu dari jenis tertentu “mengklaim” adanya keistimewaan tertentu dari produk barang dan atau jasa tersebut. Untuk itu, para pelaku usaha yang menghasilkan atau memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut, harus memberikan informasi yang sebenar-benarnya. Para pelaku usaha seharusnya tidak hanya memberikan informasi mengenai “kelebihan” dari barang dan/atau jasa tersebut, tetapi juga termasuk “kekurangan” yang masih ada pada barang dan/ atau jasa tersebut.

²⁸ Abdul Halim Barakatulah, *Hukum Perlindungan Konsumen Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran*, (Bandung: Nusa Media), 2008, h. 41-43.

Selain itu, Undang-Undang juga mengakui adanya jenis-jenis transaksi perdagangan khusus, dengan cara lelang, jualan barang dan/atau jasa yang tidak berada dalam “kondisi sempurna”. Untuk hal-hal yang demikian, informasi menjadi lebih relevan lagi bagi konsumen. Karena itu, Undang-Undang mengenakan sanksi bagi para pelaku usaha yang tidak memberikan informasi yang benar, akurat, relevan, dapat dipercaya, serta yang menyesatkan konsumen.

Dari uraian tersebut, secara praktis konsumen memang berada pada posisi yang “kurang diuntungkan” dibandingkan dengan posisi dari pelaku usaha sebab keterlibatan konsumen dalam memanfaatkan barang dan/atau jasa yang tersedia sangat bergantung sepenuhnya pada informasi yang diberikan oleh pelaku usaha. Bahkan untuk produk-produk barang dan/ atau jasa yang secara tegas sudah diatur kelayakan penggunaan, pemakaian maupun pemanfaatannya, konsumen sering tidak memiliki banyak pilihan selain yang disediakan oleh pelaku usaha. Untuk keperluan itulah, Undang-Undang memberikan aturan yang tegas mengenai hal-hal yang tidak boleh dilakukan oleh pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasanya kepada konsumen.

Sebagai suatu bentuk perjanjian yang tunduk pada ketentuan umum yang diatur dalam buku III, khususnya bab II dan bab IV Kitab Undang-Undang Hukum Perdata berbagai macam hak, kewajiban, serta pertanggungjawaban yang di lahirkan dari perjanjian “periklanan” tersebut tidaklah boleh menyimpang dari peraturan perundang-undangan yang berlaku, yaitu asas kepatutan dan kesusilaan, serta ketertiban umum, dan kebiasaan yang berlaku dalam masyarakat.

2. Kedudukan Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia

Kehadiran Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menjadi tonggak sejarah perkembangan hukum perlindungan konsumen di Indonesia. Diakui, bahwa Undang-Undang tersebut bukanlah yang pertama dan terakhir, karena sebelumnya telah ada beberapa rumusan hukum yang melindungi konsumen terbesar dalam beberapa peraturan perundang-undangan. Undang-Undang ini mengatur tentang kebijakan perlindungan konsumen, baik yang menyangkut hukum materiil maupun hukum formil mengenai penyelesaian sengketa konsumen.²⁹

Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UU No. 8 Tahun 1999) dengan jelas mempunyai tujuan:

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

Dalam hukum perlindungan konsumen, aspek perjanjian merupakan faktor yang sangat penting, walaupun bukan faktor mutlak yang harus ada. Dalam perjalanan sejarah hukum perlindungan konsumen, pernah ada suatu kurun waktu

²⁹ Abdul Halim Barakatulah, *Hukum Perlindungan Konsumen Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran*, (Bandung: Nusa Media), 2008, h. 20.

yang menganggap unsur perjanjian mutlak harus ada lebih dahulu, barulah konsumen dapat memperoleh perlindungan yuridis dari lawan sengketanya. Pandangan prinsipil seperti itu saat ini perlu ditinjau kembali.³⁰

Adanya hubungan hukum berupa perjanjian tentu saja sangat membantu memperkuat posisi konsumen dalam berhadapan dengan pihak yang merugikan hak-haknya. Perjanjian ini perlu dikemukakan karena merupakan salah satu sumber lahirnya perikatan.

Perlunya Undang-Undang Perlindungan Konsumen tidak lain, karena lemahnya posisi konsumen dibandingkan posisi produsen karena mengenai proses sampai hasil produksi barang dan jasa yang telah dihasilkan tanpa campur tangan konsumen sedikitpun.³¹

Dengan adanya Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini diharapkan akan mampu menjadi sumber atau acuan bagi peraturan-peraturan lainnya dan dapat pula dijadikan sebagai dasar pembentukan bagi peraturan perundang-undangan konsumen ditingkat rendah.³²

³⁰Abdul Halim Barakatulah, *Hukum Perlindungan Konsumen Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran*, h. 30-31.

³¹Abdul Halim Barakatulah, *Hukum Perlindungan Konsumen Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran*, h. 47.

³²Erna Rajagukguk, "Pentingnya perlindungan konsumen dalam era perdagangan bebas", dalam Husni Syawali dkk, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Bandung: Mandar Maju, 2000), h.6-8

3. Pembulatan Tarif

a. Pengertian Tarif

Pengertian tarif menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah harga satuan jasa.³³

b. Tujuan Pembulatan Tarif Oleh Kantor Pos

- 1) Memudahkan penghitungan
- 2) Memperoleh keuntungan dari pembulatan yang dilakukan perusahaan.

c. Pembulatan Tarif Dalam Hukum Perlindungan Konsumen

Kalau diperhatikan didalam Undang-Undang No.8 Tahun 1999, setidaknya ada dua hal penting yang diatur didalamnya yaitu mengenai pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha dan konsumen.

Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, memberikan pengertian Pelaku Usaha, sebagai berikut :

“Pelaku Usaha adalah setiap perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”.³⁴

³³ www.kamusbesarbahasaIndonesia.org

³⁴ Abdul Halim Barkatulah, *Hukum Perlindungan Konsumen Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran*, (Bandung: Nusa Media, 2008), h. 33.

UUPK mendefinisikan konsumen sebagai “setiap orang pemakai barang dan/ jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”.

Berkaitan dengan pembulatan tarif dalam hukum perlindungan konsumen yang dalam penelitian kali ini dipusatkan pada pasal 8 ayat (1) huruf c yakni: “tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya”, maka perlu adanya prinsip perlindungan atas barang dan harga.

Perlindungan konsumen atas barang dan harga ini dimaksudkan sebagai perlindungan konsumen dari penggunaan barang dan/ jasa dengan kualitas yang di bawah standar atau kualitas yang lebih rendah daripada nilai harga yang dibayar. Dengan perlindungan yang demikian, maka konsumen tidak akan diberikan barang dan/ jasa dengan kualitas yang lebih rendah daripada harga yang dibayarnya.³⁵

4. Fiqh Muamalah

a. Pengertian Fiqh Muamalah

Muamalah secara harfiah berarti “pergaulan” atau hubungan antar manusia. Dalam pengertian harfiah yang bersifat umum ini, muamalah berarti perbuatan atau pergaulan manusia di luar ibadah. Muamalah merupakan perbuatan manusia dalam

³⁵Ahmadi Miru, *Prinsip-prinsip Perlindungan Bagi Konsumen Di Indonesia*, (Jakarta: Rajawali Press, 2011), h. 196-197.

menjalin hubungan atau pergaulan antar sesama manusia sedang ibadah merupakan hubungan atau “pergaulan manusia dengan Tuhan”.³⁶

Sebagai istilah khusus dalam hukum Islam, fiqh muamalah adalah fiqh yang mengatur hubungan antar individu dalam sebuah masyarakat.

Pengertian muamalah menurut Hudlari Beik yakni, semua akad yang membolehkan manusia saling menukar manfaatnya.³⁷

Menurut Idris Ahmad, muamalah adalah aturan-aturan Allah yang mengatur hubungan manusia dengan manusia dalam usahanya untuk mendapatkan alat-alat keperluan jasmaninya dengan cara yang paling baik.³⁸

Menurut Rasyid Ridha, muamalah adalah tukar-menukar barang atau sesuatu yang bermanfaat dengan cara-cara yang telah ditentukan.³⁹

Dari pandangan di atas, kiranya dipahami bahwa yang dimaksud dengan fiqh muamalah dalam arti sempit adalah aturan-aturan Allah yang wajib ditaati yang mengatur hubungan manusia dengan manusia dalam kaitannya dengan cara memperoleh dan mengembangkan harta benda.⁴⁰

³⁶Gufron A. Mas’adi, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada), 2002, h. 1.

³⁷Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), h. 2.

³⁸Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, h. 2.

³⁹Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, h. 2.

⁴⁰Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, h. 3.

b. Ruang Lingkup Fiqh Muamalah

Dalam hal ini ruang lingkup fiqh muamalah secara garis besarnya hanya meliputi pembahasan tentang *al-mal* (harta), *al-huquq* (hak-hak kebendaan), dan hukum perikatan (*al-aqad*).⁴¹

Bagian pertama : Hukum Benda

Ruang lingkup ini terdiri dari tiga pokok bahasan, masing-masing dalam satu bab:

Pertama, konsep harta (*al-mal*), meliputi pembahasan tentang pengertian harta, unsur-unsurnya dan pembagian jenis-jenis harta.

Kedua, konsep hak (*al-huquq*), meliputi pembahasan tentang pengertian hak, sumber hak, perlindungan dan pembatasan hak, dan pembagian jenis-jenis hak.

Ketiga, konsep tentang hak milik (*al-milkiyah*), meliputi pembahasan tentang pengertian hak milik, sumber-sumber pemilikan dan pembagian macam-macam hak milik.

Bagian Kedua: Konsep Umum Akad

Ruang lingkup ini mengkaji konsep umum akad, sedangkan aneka jenis akad khusus akan disampaikan pada bagian ketiga.

Konsep Umum Akad Asas-asas Umum Akad. Ruang lingkup membahas:

- (a) Pengertian akad dan tasharruf.
- (b) Unsur-unsur akad dan syarat masing-masing unsur.
- (c) Macam-macam akad.

⁴¹Gufroon A. Mas'adi, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002),h. 3-4.

Bagian Ketiga: Aneka Macam Akad Khusus

Ruang lingkup pembahasan ini meliputi berbagai macam akad (transaksi) muamalah seperti:

Jual beli (*al-bai'*), sewa-menyewa (*al-ijarah*), utang-piutang (*al-qard*), penanggungan (*al-kafalah*), gadai (*rahn*), bagi hasil (*mudharabah*), persekutuan (*musyarakah*), pinjam-meminjam (*ariyah*), penitipan (*wadi'ah*), dan lain sebagainya. Masing-masing disampaikan dalam bab tersendiri.

c. Fiqh Muamalah Dan Sistem Ekonomi Islam

“Ekonomi” pada umumnya didefinisikan sebagai pengetahuan tentang perilaku manusia dalam hubungannya dengan pemanfaatan sumber-sumber produktif yang langka untuk memproduksi barang-barang atau jasa serta mendistribusikannya untuk keperluan konsumsi. Dengan demikian obyek kajian ekonomi adalah perbuatan atau perilaku manusia yang berkaitan dengan fungsi produksi, distribusi, dan konsumsi.⁴²

Agama, baik Islam maupun non-Islam, pada esensinya merupakan paduan atau bimbingan moral (nilai-nilai ideal) bagi perilaku manusia. Paduan moral tersebut pada garis besarnya bertumpu pada ajaran akidah, aturan hukum (syariah) dan budi pekerti luhur (akhlaqul karimah).

Tampaklah bahwa antara agama (Islam) dan ekonomi terdapat ketersinggungan obyek. Dalam ikatan antara keduanya, Islam berperan sebagai panduan moral terhadap fungsi produksi, distribusi, dan konsumsi.

⁴²Gufron A. Mas'adi, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), h. 5.

Dengan demikian, secara normatif ekonomi Islam adalah sebuah sistem ekonomi yang dibangun berdasarkan tuntutan ajaran Islam. Jadi fiqh muamalah yang ruang lingkupnya meliputi hukum benda (*al-mal-wal milkiyah*) dan hukum perikatan (*al-aqad*) dalam konstuksi sistem ekonomi Islam hanya berperan sebagai instrumen teknis. Artinya ekonomi Islam pada satu sisi dibatasi oleh aturan-aturan teknis yang terdapat dalam fiqh muamalah. Pada sisi lainnya, perkembangan sistem ekonomi Islam yang dihasilkan dari kajian perilaku ekonomi masyarakat Muslim, mendikte instrumen hukum teknis (yakni fiqh muamalah). Sekalipun antara keduanya -fiqh muamalah dan ekonomi Islam- saling terkait, namun sesungguhnya keduanya adalah dua hal yang berbeda.⁴³

d. Ijarah (upah-mengupah) Dalam Fiqh Muamalah

1) Pengertian ijarah

Al-ijarah berasal dari kata *al-ajru* yang arti menurut bahasanya ialah *al-iwadh* yang arti dalam bahasa Indonesianya ialah ganti dan upah. Sedangkan menurut Hasbi Ash-Shiddiqie bahwa ijarah ialah akad yang objeknya ialah penukaran manfaat untuk masa tertentu, yaitu pemilikan manfaat dengan imbalan, sama dengan menjual manfaat.⁴⁴

Pada pembulatan tarif yang dalam islam yakni seperti halnya ijarah, maka kewajiban pembayaran upahnya pada waktu berakhirnya pekerjaan. Bila tidak ada pekerjaan lain, jika akad sudah berlangsung dan tidak disyaratkan mengenai

⁴³Gufon A. Mas'adi, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), h. 5-6.

⁴⁴Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), h. 114-115.

pembayaran dan tidak ada ketentuan penangguhannya, menurut Abu Hanifah wajib diserahkan upahnya secara berangsur sesuai dengan manfaat yang diterimanya. Menurut Imam Syafi'i dan Ahmad, sesungguhnya ia berhak dengan akad itu sendiri. Jika *mu'jir* menyerahkan zat benda yang disewa kepada *musta'jir*, ia berhak menerima bayarannya karena penyewa (*musta'jir*) sudah menerima kegunaan.⁴⁵

2) Rukun dan Syarat Ijarah

Menurut Hanafiyah rukun *al-ijarah* hanya satu yaitu ijab dan qabul dari dua belah pihak yang bertransaksi. Adapun menurut Jumhur Ulama rukun *ijarah* ada empat, yaitu:⁴⁶

- a) Dua orang yang berakad
- b) *Sighat* (ijab dan kabul)
- c) Sewa atau imbalan
- d) Manfaat

Adapun syarat-syarat *al-ijarah* sebagaimana yang ditulis Nasrun Haroen sebagai berikut:⁴⁷

- a) Yang terkait dengan dua orang yang berakad. Menurut ulama Syafi'iyah dan Hanabalah disyaratkan telah balig dan berakal. Oleh sebab itu, apabila orang yang belum atau tidak berakal, seperti anak kecil dan orang gila *ijarahnya* tidak sah. Akan tetapi, ulama Hanafiyah dan Malikiyah berpendapat bahwa kedua orang

⁴⁵Ibid, h. 114-115.

⁴⁶ Abdul Rahman Ghazaly, Gufron Ihsan, dan Sapiudin Shidiq. *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 278.

⁴⁷ Abdul Rahman Ghazaly, Gufron Ihsan, dan Sapiudin Shidiq. *Fiqh Muamalat*, h. 279-280.

yang berakad itu tidak harus mencapai usia balig. Oleh karenanya, anak yang baru *mumayyiz* pun boleh melakukan akad *al-ijarah*, hanya pengesahannya perlu persetujuan walinya.

- b) Kedua belah pihak yang berakad menyatakan kerelaannya melakukan akad *al-ijarah*. Apabila salah seorang di antaranya terpaksa melakukan akad ini, maka akad *al-ijarah* nya tidak sah. Hal ini sesuai dengan firman Allah Q.S. An-Nisa: 29, yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta kamu dengan cara yang bathil kecuali melalui suatu perniagaan yang berlaku suka sama suka.”

- c) Manfaat yang menjadi objek *al-ijarah* harus diketahui, sehingga tidak muncul perselisihan dikemudian hari. Apabila manfaat yang menjadi objek tidak jelas, maka akadnya tidak sah. Kejelasan manfaat itu dapat dilakukan dengan menjelaskan jenis manfaatnya dan penjelasan berupa lama manfaat itu di tangan penyewanya.
- d) Objek *al-ijarah* itu boleh diserahkan dan digunakan secara langsung dan tidak ada cacatnya. Oleh sebab itu, para ulama fiqh sepakat, bahwa tidak boleh menyewakan sesuatu yang tidak boleh diserahkan dan dimanfaatkan langsung penyewa. Misalnya, seseorang menyewa rumah, maka rumah itu dapat langsung diambil kuncinya dan dapat langsung boleh ia manfaatkan.

- e) Objek *al-ijarah* itu sesuatu yang diharamkan oleh syara'. Oleh sebab itu, para ulama fiqh sepakat mengatakan tidak boleh menyewa seseorang untuk menyantet orang lain, menyewa seorang untuk membunuh orang lain, demikian juga tidak boleh menyewakan rumah untuk dijadikan tempat-tempat maksiat.
- f) Yang disewakan itu bukan suatu kewajiban bagi penyewa, misalnya menyewa orang untuk melaksanakan shalat untuk diri penyewa atau menyewa orang yang belum haji untuk menggantikan haji penyewa. Para ulama *fiqh* sepakat mengatakan bahwa akad sewa menyewa seperti ini tidak sah, karena shalat dan haji merupakan kewajiban penyewa itu sendiri.
- g) Objek *al-ijarah* itu merupakan sesuatu yang biasa disewakan seperti, rumah, kendaraan, dan alat-alat perkantoran. Oleh sebab itu tidak boleh dilakukan akad sewa menyewa terhadap sebatang pohon yang akan dimanfaatkan penyewa sebagai sarana penjemur pakaian. Karena pada dasarnya akad untuk sebatang pohon bukan dimaksudkan seperti itu.
- h) Upah atau sewa dalam *al-ijarah* harus jelas, tertentu, dan sesuatu yang memiliki nilai ekonomi.

e. Upah dalam Pekerjaan Ibadah

Para ulama berbeda sudut pandang dalam hal upah atau imbalan terhadap pekerjaan-pekerjaan yang sifatnya ibadah atau perwujudan ketaan kepada Allah. Madzhab Hanafi berpendapat bahwa *al-ijarah* dalam perbuatan ibadah atau ketaatan kepada Allah seperti menyewa orang lain untuk shalat, puasa, haji, atau membaca al-Qur'an yang pahalanya dihadiahkan kepada orang tertentu seperti kepada arwah

orang tua yang menyewa, menjadi muadzin, menjadi imam, dan lain-lain yang sejenis haram hukumnya mengambil upah dari pekerjaan tersebut berdasarkan sabda Rasulullah saw.:

اقرأ القرآن ولا تأكلوا به

“bacalah olehmu al-Qur’an dan janganlah kamu cari makan dengan jalan itu”.

Pada hadits lain Rasulullah saw. bersabda:

وان اتخذت مؤذنا فلا تأخذ من الاذان اجرا

“jika kamu mengangkat seseorang menjadi muadzin maka janganlah kamu ambil (kamu beri) dari adzan itu suatu upah.”

Perbuatan seperti adzan, shalat, haji, puasa, membaca al-Qur’an, dan dzikir adalah tergolong perbuatan untuk taqarrub kepada Allah, karenanya tidak boleh mengambil upah untuk pekerjaan itu selain dari Allah.⁴⁸

Jika ijarah itu suatu pekerjaan, maka kewajiban pembayaran upahnya adalah pada waktu berakhirnya pekerjaan. bila tidak ada pekerjaan lain, jika akad sudah berlangsung dan tidak disyaratkan mengenai pembayaran serta tidak ada ketentuan penangguhannya, maka menurut Abu Hanifah, wajib diserahkan upahnya secara berangsur-angsur sesuai dengan manfaat yang diterimanya. Menurut Imam Syafi-I dan Ahmad, sesungguhnya ia berhak dengan akad itu sendiri, jika mu’jir menyerahkan zat benda yang disewa kepada musta’jir, ia berhak menerima bayarannya, karena penyewa (musta’jir) sudah menerima kegunaan.⁴⁹

⁴⁸ Abdul Rahman Ghazaly, Gufron Ihsan, dan Sapiudin Shidiq. *Fiqh Muamalat*, h. 280-281.

⁴⁹ Sohari Sahrani, dan Ru’fah Abdullah. *Fikih Muamalah*, (Bogor: Ghalia Indonesia), 2011, h. 172.

5. Konsep Perjanjian Dalam Islam

Perjanjian atau persetujuan adalah suatu perbuatan di mana seseorang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap seseorang lain atau lebih.⁵⁰

Secara umum yang menjadi syarat sahnya sesuatu perjanjian adalah: 1) Tidak menyalahi hukum syari'ah yang disepakati adanya, maksudnya bahwa perjanjian yang diadakan oleh para pihak itu bukanlah perbuatan yang bertentangan dengan hukum atau perbuatan yang melwan hukum syari'ah, sebab perjanjian yang bertentangan dengan ketentuan hukum syariah adalah tidak sah; 2) Harus sama ridha dan ada pilihan, maksudnya perjanjian yang diadakan oleh para pihak haruslah didasarkan kepada kesepakatan kedua belah pihak, yaitu masing-masing pihak ridha/rela akan isi perjanjian tersebut, atau dengan perkataan lain harus merupakan kehendak bebas masing-masing pihak; 3) Harus jelas dan gamblang, maksudnya apa yang diperjanjikan oleh para pihak harus terang tentang apa yang menjadi isi perjanjian, sehingga tidak mengakibatkan terjadinya kesalahpahaman di antara para pihak tentang apa yang telah mereka perjanjikan di kemudian hari.⁵¹

6. Penetapan Harga Menurut Pandangan Islam

Setelah perpindahan (hijrah) Rasulullah saw ke Madinah, maka beliau menjadi pengawas pasar (muhtasib). Pada saat itu, mekanisme pasar sangat dihargai. Salah satu buktinya yaitu Rasulullah saw menolak untuk membuat kebijakan dalam penetapan harga, pada saat itu harga sedang naik karena dorongan permintaan dan

⁵⁰Chairuman Pasaribu dan Suhrawardi K. Lubis. *Hukum Perjanjian Dalam Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika), 2004, h. 1.

⁵¹ChairumanPasaribu dan Suhrawardi K. Lubis. *Hukum Perjanjian Dalam Islam*, h. 2.

penawaran yang dialami. Bukti autentik tentang hal ini adalah suatu hadis yang diriwayatkan oleh enam imam hadis (kecuali Imam Nasa'i).⁵² Dalam hadis tersebut diriwayatkan sebagai berikut :

فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: قَالَ النَّاسُ يَا رَسُولَ اللَّهِ غَلَا السَّعْرُ فَسَعَّرْنَا
إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمَسْعُورُ الْخَالِقُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّازِقُ وَإِنِّي لَأَرْجُوا أَنْ أَلْقَى اللَّهَ وَلَيْسَ أَحَدٌ مِنْكُمْ يُطَالِبُنِي بِمُظْلَمَةٍ
"فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ"

“Manusia berkata saat itu, ‘Wahai Rasulullah harga (saat itu) naik, maka tentukanlah harga untuk kami’. Rasulullah saw bersabda: ‘Sesungguhnya Allah adalah penentu harga, Ia adalah penahan, Pencurah, serta Pemberi rezeki. Sesungguhnya aku mengharapkan dapat menemui Tuhanku dimana salah seorang di antara kalian tidak menuntutku karena kezaliman dalam hal darah dan harta.’”

Nabi tidak menetapkan harga jual, dengan alasan bahwa dengan menetapkan harga akan mengakibatkan kezaliman, sedangkan zalim adalah haram. Karena jika harga yang ditetapkan terlalu mahal, maka akan menzalimi pembeli; dan jika harga yang ditetapkan terlalu rendah, maka akan menzalimi penjual.

Hukum asal yaitu tidak ada penetapan harga (*al-tas'ir*), dan ini merupakan kesepakatan para ahli fikih. Imam Hambali dan Imam Syafi'i melarang untuk menetapkan harga karena akan menyusahkan masyarakat sedangkan Imam Maliki dan Hanafi memperbolehkan penetapan harga untuk barang-barang sekunder.

Mekanisme penentuan harga dalam islam sesuai dengan Maqashid al-Syariah, yaitu merealisasikan kemaslahatan dan menghindari kerusakan di antara manusia. Seandainya Rasulullah saat itu langsung menetapkan harga, maka akan kontradiktif

⁵²Ika Yunia Fauzia, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syariah*, (Jakarta: Penerbit Kencana Prenadamedia Grup, 2014), h. 201-204.

dengan mekanisme pasar. Akan tetapi pada situasi tertentu, dengan dalih *Maqashid al-Syariah*, penentuan harga menjadi suatu keharusan dengan alasan menegakkan kemaslahatan manusia dengan memerangi distorsi pasar (memerangi mafsadah atau kerusakan yang terjadi di lapangan).

Dalam konsep Islam, yang paling prinsip adalah harga ditentukan oleh keseimbangan permintaan dan penawaran. Keseimbangan ini terjadi bila antara penjual dan pembeli bersikap saling merelakan. Kerelaan ini ditentukan oleh penjual dan pembeli dalam mempertahankan barang tersebut. Jadi, harga ditentukan oleh kemampuan penjual untuk menyediakan barang yang ditawarkan kepada pembeli, dan kemampuan pembeli untuk mendapatkan harga barang tersebut dari penjual.

Akan tetapi apabila para pedagang sudah menaikkan harga di atas batas kewajaran, mereka itu telah berbuat zalim dan sangat membahayakan umat manusia, maka seorang penguasa (Pemerintah) harus campur tangan dalam menangani persoalan tersebut dengan cara menetapkan harga standar. Dengan maksud untuk melindungi hak-hak milik orang lain., mencegah terjadinya penimbunan barang dan menghindari dari kecurangan para pedagang. Inilah yang pernah dilakukan oleh Khalifah Umar bin Kattab.⁵³

Konsep mekanisme pasar dalam Islam dibangun atas prinsip-prinsip sebagai berikut:

⁵³ Lukman Hakim, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*, (Surakarta: Penerbit Erlangga, 2012), h. 169-170.

1. Ar-Ridha, yakni segala transaksi yang dilakukan haruslah atas dasar kerelaan antara masing-masing pihak (*freedom contract*). Hal ini sesuai dengan al-Qur'an Surat an-Nisa' ayat 29 yang artinya:

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

2. Berdasarkan persaingan sehat (*fair competition*). Mekanisme pasar akan terhambat bekerja jika terjadi penimbunan (ihtikar) atau monopoli. Monopoli setiap barang yang penahanannya akan membahayakan konsumen atau orang banyak.

3. Kejujuran (*honesty*), kejujuran merupakan pilar yang sangat penting dalam Islam, sebab kejujuran adalah nama lain dari kebenaran itu sendiri. Islam melarang tegas melakukan kebohongan dan penipuan dalam bentuk apapun. Sebab, nilai kebenaran ini akan berdampak langsung kepada para pihak yang melakukan transaksi dalam perdagangan dan masyarakat secara luas.

4. Keterbukaan (*transparency*) serta keadilan (*justice*). Pelaksanaan prinsip ini adalah transaksi yang dilakukan dituntut untuk berlaku benar dalam pengungkapan kehendak dan keadaan yang sesungguhnya.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Menurut buku Abdul Kadir Muhammad, penelitian yang digunakan oleh penulis ini lebih mengacu pada jenis penelitian empiris.⁵⁴ Pokok kajian penelitian hukum empiris adalah hukum yang dikonsepsikan sebagai perilaku nyata (*actual behavior*) sebagai gejala sosial yang sifatnya tidak tertulis, yang dialami setiap orang dalam hubungan hidup bermasyarakat.

⁵⁴Abdulkadir Muhammad, *Hukum dan Penelitian Hukum Cet-1*, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2004), h. 40

B. Pendekatan Penelitian

Dikarenakan dari jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian empiris, maka pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan penelitian kualitatif adalah tampilan yang berupa kata-kata lisan atau tertulis yang dicermati oleh penulis, dan benda-benda yang diamati sampai detailnya agar dapat ditangkap makna yang tersirat dalam dokumen atau bendanya.⁵⁵ Pendekatan penelitian ini dilakukan karena jawaban dari rumusan masalahnya dicari melalui penelitian lapangan dan juga digunakan untuk memfokuskan kepada realitas empiris yang akan dijadikan bahan utama dalam penelitian ini.

Penelitian kualitatif yang sudah disebutkan secara garis besar dapat dibedakan menjadi dua, yaitu manusia atau orang dan yang bukan manusia. Siapa manusia dan apa sumber data yang bukan manusia dipilih sesuai dengan kepentingan penelitian.⁵⁶

C. Sumber Data

Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah sumber dari mana data diperoleh.⁵⁷ Dalam penelitian ini, penulis membagi sumber data kedalam dua bagian :

⁵⁵Suharsismi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), h. 22.

⁵⁶Suharsismi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, h. 22

⁵⁷Suharsismi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, h. 172.

1. Bahan Hukum Primer

Data primer menurut Burhan Bungin adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya yang diamati dan dicatat untuk yang pertama yakni pihak yang menjadi objek dari penelitian ini. Data primer dalam penelitian ini adalah data yang dihasilkan melalui wawancara secara langsung dari informan.⁵⁸ Sedangkan dalam pedoman buku fakultas syariah, data primer yakni data yang langsung diperoleh dari masalah melalui wawancara dan observasi.⁵⁹

Data primer adalah data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak-gerik atau perilaku yang dilakukan oleh subjek yang dapat dipercaya, dalam hal ini adalah subjek penelitian (informan) yang berkenaan dengan variabel yang diteliti.⁶⁰

Data ini diperoleh dari hasil wawancara dengan informan yang dalam hal ini adalah karyawan Kantor Pos Dufan Malang yang dalam hal ini sebagai subjek dalam pembulatan tarif terhadap barang-barang ekspedisi.

2. Bahan Hukum Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumen-dokumen grafis (tabel, catatan, notulen rapat, SMS, dan lain-lain), foto-foto, film, rekaman video, benda-benda dan lain-lain yang dapat memperkaya data primer.⁶¹

⁵⁸Burhan Bungin, *Metode Penelitian Sosial : Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif*, (Surabaya, Air langga Pres, 2001),h. 129

⁵⁹ Fakultas Syaria'ah UIN Malang, *Pedoman Karya Tulis Ilmiah*, (Malang:UIN Press, 2013),h. 47

⁶⁰Suharsismi arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), h. 22.

⁶¹Suharsismi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, h. 22.

Data sekunder ialah data yang dikumpulkan, diolah, dan disajikan oleh pihak lain mencakup dokumen-dokumen resmi, buku-buku, maupun hasil penelitian yang berwujud laporan.

Dalam pedoman fakultas syariah bahan hukum sekunder yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah informasi yang diperoleh dari buku atau dokumen tertulis.⁶²

Sedangkan menurut Moleong data sekunder adalah data pelengkap yang dapat dikorelasikan dengan data primer. Data tersebut adalah data tambahan yang berasal dari sumber tertulis yang dapat dibagi atas sumber buku dan majalah ilmiah, sumber dari arsip, dokumen pribadi skripsi, jurnal dan dokumen resmi.

Bahan hukum sekunder yang terutama adalah buku-buku hukum, skripsi, tesis, dan disertasi hukum dan jurnal hukum. Dalam penelitian hukum data sekunder terbagi menjadi tiga bagian, yaitu data primer, sekunder, dan tersier.⁶³

D. Objek Penelitian

Objek atau lokasi atau tempat penelitian yang menjadi objek penulis tepatnya di Kantor Pos Dufan Jl.Gajayana No. 30 Malang. Penulis memilih lokasi tersebut karena ingin mengetahui dasar dari pembulatan tarif yang dilakukan sepihak oleh pihak perusahaan, selain itu lokasi penelitian berdekatan dengan wilayah kampus UIN Maulana Malik Ibrahim Malang sehingga memudahkan penulis untuk melakukan penelitian.

⁶² Fakultas Syariah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, h. 29

⁶³ Fakultas Syariah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, h. 22

E. Metode Pengumpulan Data

Untuk mempermudah penelitian ini penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data, di antaranya adalah:

1. Observasi

Observasi adalah kegiatan peninjauan yang dilakukan di lokasi penelitian dengan pencatatan, pemotretan, dan perekaman mengenai situasi dan kondisi serta peristiwa hukum di lokasi.

Dalam menggunakan metode observasi cara yang paling efektif adalah melengkapinya dengan format blanko pengamatan sebagai instrumen. Format yang disusun berisi item-item tentang kejadian atau tingkah laku yang digambarkan akan terjadi.⁶⁴

Penulis menggunakan observasi dalam melakukan penelitian karena penulis melakukan peninjauan langsung ke lokasi penelitian yaitu di Kantor Pos Dufan Malang Jl. Gajayana No. 30 Malang.

2. Wawancara

Pedoman wawancara yang banyak digunakan adalah bentuk “semi stucture”. Dalam hal ini maka mula-mula *interviewer* menanyakan serentetan pertanyaan yang sudah terstruktur, kemudian satu per satu diperdalam dalam

⁶⁴Suharsismi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), h. 272.

mengorek keterangan lebih lanjut. Dengan demikian jawaban yang diperoleh bisa meliputi semua variabel, dengan keterangan yang lengkap dan mendalam.⁶⁵

Wawancara merupakan suatu percakapan yang dilakukan dengan maksud tertentu, dan percakapan ini biasanya dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Wawancara juga berupa pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam satu topik tertentu, yaitu adanya percakapan dengan maksud tertentu.

Dalam wawancara ini, penulis melakukan wawancara kepada pihak-pihak yang terkait yang menjadi informan dalam penelitian ini, yaitu, karyawan pos yang menjadi subjek utama pembulatan tarif terhadap barang-barang ekspedisi.

3. Dokumentasi

Tidak kalah penting dari metode-metode lain, adalah metode dokumentasi, yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya.⁶⁶

Dibandingkan dengan metode lain, maka metode ini agak tidak begitu sulit, dalam arti apabila ada kekeliruan sumber datanya masih tetap, belum berubah. Dengan metode dokumentasi yang diamati bukan benda hidup tetapi benda mati.

⁶⁵Suharsismi arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, h. 270.

⁶⁶Suharsismi arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), h. 274.

F. Analisis Data

Setelah data diproses, maka tahapan selanjutnya adalah menganalisis data. Metode analisis data yang digunakan yaitu deskriptif analitis yang mengungkapkan peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan teori-teori hukum yang menjadi objek penelitian. Demikian juga dalam pelaksanaannya di dalam masyarakat yang berkenaan dengan objek penelitian. Deskriptif disini yang dimaksud meliputi isi dan struktur hukum positif, yaitu suatu kegiatan yang dilakukan oleh penulis untuk menentukan isi atau makna aturan hukum yang dijadikan rujukan dalam menyelesaikan permasalahan hukum yang menjadi objek kajian.

Untuk menghindari agar tidak terjadi banyak kesalahan dan mempermudah pemahaman maka penulis dalam menyusun penelitian ini melakukan beberapa upaya diantaranya adalah :

1. Pemeriksaan Data (*Editing*)

Tahap pertamadilakukan untuk meneliti kembali data-data yang telah diperoleh terutama dari kelengkapannya, kejelasan makna, kesesuaian serta relevansinya dengan kelompok data yang lain dengan tujuan apakah data-data tersebut sudah mencukupi untuk memecahkan permasalahan yang diteliti termasuk mengurangi kesalahan dan kekurangan data dalam penelitian serta untuk meningkatkan kualitas data.

2. Klasifikasi (*Classifying*)

Klasifikasi adalah usaha mengklasifikasikan jawaban-jawaban kepada informan baik yang berasal dari *interview* maupun yang berasal dari obsevasi.

Klasifikasi ini digunakan untuk menandai jawaban-jawaban dari informan karena setiap jawaban pasti ada yang tidak sama atau berbeda, oleh karena itu klasifikasi berfungsi memilih data-data yang diperlukan serta untuk mempermudah kegiatan analisis selanjutnya.

3. Verifikasi (*Verifying*)

Verifikasi data adalah pembuktian kebenaran data untuk menjamin validitas data yang telah terkumpul. Verifikasi ini dilakukan dengan cara menemui sumber data (informan) dan memberikan hasil wawancara dengannya untuk ditanggapi apakah data tersebut sesuai dengan yang informasikan olehnya atau tidak.⁶⁷

4. Analisis Data (*Analysing*)

Dalam hal ini analisis data yang digunakan oleh penulis adalah deskriptif kualitatif, yaitu analisis yang menggambarkan keadaan atau status fenomena dengan kata-kata atau kalimat, kemudian dipisahkan menurut kategorinya untuk memperoleh kesimpulan.

5. Kesimpulan (*Concluding*)

Sebagai tahapan akhir dari pengolahan data adalah *concluding*. Adapun yang dimaksud dengan *concluding* adalah pengambilan kesimpulan dari data-data yang diperoleh setelah dianalisis untuk memperoleh jawaban kepada pembaca atas kegelisahan dari apa yang dipaparkan pada latar belakang masalah.⁶⁸

⁶⁷Nana Sudjana, Awal Kusuma, *Proposal Penelitian Di Perguruan Tinggi*, (Bandung: Sinar Baru Algesindo, 2008), h. 84.

⁶⁸Nana Sudjana, Awal Kusuma, *Proposal Penelitian Di Perguruan Tinggi*, h.16.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah Kantor Pos

Sejak pertama kali berdiri pada tahun 1746 sebagai badan usaha yang bertugas untuk membantuk keperluan jasa pengiriman surat ataupun barang-barang lainnya untuk pemerintahan Belanda, sampai dengan saat ini dengan penambahan teknologi terbarunya berupa fasilitas Jejak Lacak (*Track and Trace*) sebagai salah satu produk baru yang ditawarkan; PT Pos Indonesia (Persero) telah mengalami banyak sekali perkembangan dan perubahan terutama dari segi teknologi. Salah satu perubahan yang cukup berarti yaitu terjadi pada bulan Juni tahun 1995, dimana sejak saat itu Pos Indonesia telah resmi berubah menjadi sebuah PT (Perseroan Terbatas)

yang sebelumnya berupa Perum (Perusahaan Umum). Berikut ini adalah sejarah singkat dari PT Pos Indonesia (Persero) yang dikutip dari website Pos Indonesia:

Tabel 4.1. Sejarah Berdirinya Kantor Pos

No	Tanggal Berdiri	Lokasi	Keterangan
1.	26 Agustus 1746	Bandung	Didirikan oleh Gubernur Jendral GW. Baron
2.	1906	Bandung	Posts telegraaf and Telefoon Diensts
3.	27 September 1945	Bandung	Jawatan PTT Republik Indonesia ditandai oleh pengambil-alihan Kantor Pusat PTT oleh Angkatan Muda PTT dari pemerintahan Militer Jepang. Tanggal tersebut juga diperingati sebagai Hari Bakti Postel.
4.	1961	-	Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 240 Tahun 1961 status Jawatan PTT berubah menjadi Perusahaan Negara (PN) Pos dan Telekomunikasi.
5.	1965	-	PN Pos dan Telekomunikasi dibagi menjadi dua yaitu: PN Pos dan Giro berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 29 Tahun 1965, PN Telekomunikasi berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 30 Tahun 1965.
6.	1978	-	Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 9 Tahun 1978, status PN Pos dan Giro diubah menjadi Perusahaan Umum (Perum) Pos dan Giro.
7.	20 Juni 1995	-	Berdasarkan Undang-Undang No. 1 Tahun 1995

			tentang Perusahaan Perseroan dan Peraturan Pemerintah RI No. 5 Tahun 1995 tentang Pengalihan Bentuk Perusahaan Umum (Perum) Pos dan Giro menjadi Perusahaan (Persero); Lembaran Negara RI tahun 1995 No. 11, Anggaran Dasar PT Pos Indonesia (Persero) yang tercantum dalam akta Nptaris Sutjipto, SH. Nomor 89 tanggal 21 September 1998 dan Nomor 111 tanggal 28 Oktober 1998. ⁶⁹
--	--	--	--

B. Letak geografis Kantor Pos Dufan Malang

Kantor Pos Dufan Malang terletak di Jl. Gajayana 30 Malang. Tepat di seberang kiri kampus UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Kantor Pos Dufan sangat mudah dijangkau karena letaknya yang sangat strategis yakni berada di pinggir jalan raya. Selain itu, letaknya yang sangat dekat dengan kampus UIN Maulana Malik Ibrahim Malang sehingga memudahkan para mahasiswa dalam melakukan kegiatan pengiriman barang dengan menggunakan jasa pos. Lokasi pos tersebut juga berdampingan dengan kampung sehingga tak jarang banyak masyarakat setempat yang menggunakan jasa pos untuk pengiriman barangnya.

Kantor Pos Dufan Malang tak begitu besar jika dibandingkan dengan Kantor Pos lain yang berada di Malang. Luas ruangnya hanya sekitar 4x5m². Hal ini dikarenakan Kantor Pos Dufan merupakan Kantor Pos cabang yang hanya memiliki

⁶⁹ www.posindonesia.co.id

dua karyawan. Sehingga tak membutuhkan tempat yang lebar untuk melakukan kegiatan pelayanan jasa.

C. Visi Misi Pos

Visi : Menjadi raksasa logistik pos dari Timur

Misi :

- 1) Menjadi aset yang berguna bagi bangsa dan Negara
- 2) Menjadi tempat berkarya yang menyenangkan
- 3) Menjadi pilihan terbaik bagi para pelanggan
- 4) Senantiasa berjuang untuk memberi yang lebih baik bagi bangsa, negara, pelanggan, karyawan, masyarakat serta pemegang saham

D. Kelebihan dan Kekurangan Pos

Kelebihan : murah dan dapat mengayomi masyarakat.

Kekurangan : pengiriman barang memakan waktu yang relatif lama dari jasa pengiriman barang lainnya.

E. Penetapan Tarif Pos

Penetapan tarif pos akan ditunjukkan melalui data berupa tabel di bawah ini:

Tabel 4.2. Kategori Pengiriman

NO	NAMA	TARIF PER/GRAM
1	EXPRES	16.500,-
2	KILAT	7500,-
3	PAKET	Tarif kompetitif (d disesuaikan dengan kebijakan dari pihak Pos)
4	INTERNASIONAL	Tarif kompetitif (d disesuaikan dengan kebijakan dari pihak Pos)

F. Sistem Pembulatan Tarif

Sistem pembulatan tarif adalah kegiatan menambahkan tarif dari perhitungan awal yang kemudian dibulatkan sehingga ditemukan hasil baru yang diinginkan. Dalam sistem pembulatan ini sudah menggunakan teknologi canggih berupa komputer. Cara yang digunakan oleh pihak Kantor Pos adalah dengan memprogram komputer sesuai dengan perhitungan yang telah ditetapkan sepihak. Sistem ini sama sekali tidak bisa dirubah oleh para karyawan kantor pos. pemrograman ini juga sudah terpusat, ketika seorang karyawan ingin menghitung manual maka hasil yang diperoleh tidak akan sama dengan perhitungan yang ada pada komputer.

Apabila komputer mengalami masalah maka para karyawan Kantor Pos akan menggunakan penghitungan secara manual yang kemudian disesuaikan dengan kebiasaan penghitungan yang ada pada komputer. Bisa dikatakan bahwa para karyawan harus mengetahui dan menghafal pembulatan yang ada pada komputer.

Ketika ada konsumen yang akan menggunakan jasa pos, hal yang pertama kali dilakukan oleh para karyawan adalah menimbang barang yang akan dikirim. Kemudian menanyakan tujuan pengiriman, setelah itu barulah karyawan akan memasukkan nominal berat barang pada alat manual ke dalam sistem pada komputer. Maka hasil pembulatannya akan keluar secara otomatis.

Hasil pembulatannya akan diberitahukan kepada konsumen yang akan mengirim barang tersebut dengan menuliskan nominal baru berat timbangan pada barang yang akan dikirim. Kemudian konsumen diharuskan membayar jasa tersebut

sesuai dengan nominal baru yang ditetapkan dengan cara otomatis yang ada pada komputer, bukan membayar sesuai timbangan manual yang dihitung pada awal kedatangan.

Sistem penetapan tersebut dilakukan secara sepihak semata-mata untuk memudahkan para karyawan pos dalam melayani konsumen. Pihak perusahaan menggunakan metode terprogram pada komputer yang terdapat pada setiap kantor cabang. Dengan cara tersebut maka setiap pelayanan akan memberikan hasil akurat dan menambah efektifitas waktu pelayanan. Hal tersebut juga merupakan cara perusahaan dalam mengikuti perkembangan teknologi.

G. Pembulatan Tarif Kantor PosDufan Malang Terhadap Barang-barang Ekspedisi Tinjauan Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Lahirnya Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah untuk memperoleh perlindungan yang diderita atas transaksi suatu barang dan jasa. UUPK menjamin adanya kepastian hukum bagi konsumen. Adapun Tujuan Perlindungan Konsumen adalah sebagai berikut:⁷⁰

Sesuai dengan pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, tujuan dari perlindungan konsumen adalah:

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

⁷⁰*Dasar Hukum Perlindungan Konsumen*, diposkan oleh naufalalfatih pada 10 Oktober 2012.

3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen,
4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan 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, keamanan dan keselamatan konsumen.

Pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini, merupakan isi pembangunan nasional sebagaimana disebutkan dalam Pasal 2 yakni *“Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan, dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum”*, karena tujuan perlindungan konsumen yang ada itu merupakan sasaran akhir yang harus dicapai dalam pelaksanaan pembangunan di bidang hukum perlindungan konsumen.⁷¹

Achmad Ali mengatakan masing-masing Undang-Undang memiliki tujuan khusus. Hal itu juga tampak dari pengaturan Pasal 3 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang mengatur tujuan khusus perlindungan konsumen, sekaligus membedakan dengan tujuan umum sebagaimana dikemukakan berkenaan dengan

⁷¹Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2007), h. 34.

ketentuan Pasal 2 di atas.

Adanya Undang-Undang yang mengikat pelaku usaha adalah agar pelaku usaha tidak melakukan kegiatan yang dapat merugikan salah satu pihaknya yakni konsumen.

Dalam wawancara terkait pasal larangan pelaku usaha, karyawan Kantor Pos Dufan yakni mbak Ika Yuliantika menjelaskan:

“mengenai adanya Undang-Undang pos Dufan sendiri sudah tahu, hanya saya saja yang kurang tahu bagaimana pasal tersebut. Namun terkait kejelasan larangan usaha dalam pasal UUPK saya kurang mengerti, saya hanya menjalankan tugas melayani konsumen yang datang.”

Dari hasil wawancara tersebut, jika dianalisis menggunakan pasal dalam Undang-Undang Hukum Perlindungan Konsumen terkait larangan pelaku usaha masih menjalankan sesuai prosedur dalam Undang-Undang, hanya saja pengetahuan karyawan yang kurang luas. Sehingga, ketika menjalankan tugasnya tidak didasari pengetahuan mengenai Undang-Undang, hanya menjalankan kewajiban sesuai instruksi pemilik kantor pos.

Pada jasa pengiriman barang di Kantor Pos pasti memanfaatkan jasa perusahaan dalam melakukan kegiatan ekspedisi yang dalam hal ini biasa disebut dengan pengiriman barang. Kegiatan pengiriman barang ini erat hubungannya antara pelaku usaha dan konsumen. Maka, dalam hal ini dapat dianalisis menggunakan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Sebelum dilakukannya proses pengiriman barang pastilah pihak konsumen diberikan tawaran oleh perusahaan dalam menggunakan jasa pengirimannya. Adapun produk yang dimiliki oleh Kantor Pos

Dufan ini yakni: 1) pos ekspres, 2) pos kilat khusus, 3) paket, 4) internasional.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan tentang pembulatan terhadap harga yang dilakukan agen pengiriman atau yang biasa disebut dengan “Kantor Pos” masih terdapat ketidakselarasan dengan aspek yuridis yang ada. Namun tidak serta merta secara global agen melakukan penyimpangan.

Setelah konsumen memilih produk yang diinginkan kemudian ditimbang sesuai dengan berat barang. Pada saat proses menimbang, hasil timbangan tersebut pasti akan dibulatkan sesuai dengan program yang terdapat pada komputer secara otomatis.

Mbak ika menjelaskan:

“terkait pembulatan tarif memang ada mbak, pembulatan tersebut diadakan ketika timbangannya mencapai takaran diatas 600 gram, karena kalau dikalkulasi dalam komputer tidak bisa kalau harus sesuai takaran 600 gram, jadi otomatis menjadi 1 kg.”

Apakah konsumen mengetahui hal tersebut mbak?

“tahu mbak, hanya saja kami tidak menjelaskan segamblang ini. Langsung kami beritahu kalau misalkan berat barangnya 700 gram, kami beri harga 1 kg.”

Apakah konsumen tidak keberatan mbak?

“sejauh ini tidak mbak, karena konsumen tersebut tidak bertanya kenapa harus dibulatkan, kebanyakan memang sudah tau kalau harus membayar dengan jumlah yg sudah dibulatkan.”

Jika dianalisis menggunakan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, maka dari transaksi yang ada pada Kantor Pos terdapat penyimpangan yang terkait dengan Pasal 8 ayat (1) huruf c yang mana disebutkan “tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan, dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya”.

Bahwasanya proses transaksi tersebut konsumen ada yang merasa dirugikan dan ada yang tidak.

Bagi konsumen yang merasa tidak dirugikan hal tersebut tidaklah menjadi persoalan. Namun bagi konsumen yang merasa terbebani akan menjadi permasalahan tersendiri.

Bagi konsumen yang merasa dirugikan oleh penimbangan pihak Kantor Pos dikarenakan pihak Kantor Pos melakukan pembulatan tarif secara sepihak yang sudah terprogram pada komputer. Konsumen hanya diberikan penjelasan mengenai adanya pembulatan tarif yang tertera pada brosur ketika awal melakukan kegiatan transaksi. Seperti contoh apabila berat barang 550 gram akan dibulatkan menjadi 1 kilogram (kg) dengan harga yg ditetapkan oleh Kantor Pos. Dari transaksi tersebut konsumen hanya diberikan pengarahannya apabila berat barang 100-500 gram harga jasa pengiriman adalah sesuai dengan berat barang. Namun apabila sudah melebihi 500 gram akan dibulatkan menjadi 1 kg dengan harga lain. Dari permasalahan tersebut terdapat penyimpangan karena tidak sesuai dengan bunyi ayat yang terdapat pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang dalam penjelasannya termasuk perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha.

Ketika penulis mengadakan penelitian ke kantor pos, pihak Kantor Pos yang dalam ini adalah karyawan pos memberikan penjelasan adanya kegiatan pembulatan tarif pada perusahaannya. Adapun alasan diberlakukannya sistem pembulatan tarif ini dalam wawancaranya adalah sebagai berikut.

Kenapa diadakan pembulatan tarif dalam penghitungannya mbak?

“begini mbak, setahu saya pembulatan tersebut adalah untuk memudahkan penghitungan, karena tidak mungkin jika harus dihitung per gram pada sesuai berat barangnya, karena kami akan kesulitan.”

Selain itu apa ada alasan lain dari pihak pos mbak?

“ada mbak, pembulatan harga tersebut memang sudah terprogram pada komputer yang dalam kegiatan ini adalah satu-satunya alat yang digunakan dalam kegiatan jasa pengiriman, dan pastinya memberi keuntungan dari pembulatan yang dilakukan.”

Berdasarkan analisis Pasal 8 UUPK, penjelasan karyawan tersebut tidak bisa dijadikan acuan pembolehan adanya pembulatan tarif. Karena dalam Pasal 8 jelas berbunyi ketidak sesuaian ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya merupakan larangan bagi pelaku usaha.

Namun pihak Kantor Pos memberikan beberapa alasan yang menjadi penguat pembolehan pembulatan tarif. Alasan pertama yakni memudahkan penghitungan, bukanlah alasan yang tepat apabila menggunakannya sebagai acuan dalam melakukan kegiatan pembulatan tarif. Pasalnya dalam penghitungan tersebut pastilah sudah terdapat timbangan yang secara manual saja sudah dapat diketahui hasil yang kemudian terdapat tarif per/gram nya.

Alasan kedua terkait pembulatan tarif tersebut sangat tepat mengingat dimana pembulatan tarif memang sudah terprogram pada komputer yang dalam hal ini adalah sebagai satu-satunya alat yang digunakan dalam kegiatan jasa pengiriman, perhitungannya dengan hitungan per gramnya yaitu jika beratnya diatas 500 gram maka dihitung menjadi 1 kg, jika berat di atas 1 kg dihitung menjadi 2 kg, jika di atas 2 kg maka menggunakan volume dengan hitungan per centimeter, dan harga per 100

gram untuk paket pengiriman kilat adalah Rp 7500,- dan jika menggunakan paket pengiriman ekspres per 100 gram adalah Rp 16.500,-. Oleh sebab itu, jelaslah jika kita melihat paparan di atas hal tersebut sudah terlihat merugikan pengirim yang selaku konsumen. Terkecuali jika pihak pelaku usaha menjelaskan secara rinci tentang alasan pembulatan harga tersebut kepada pengirim.

Alasan ketiga, memberikan keuntungan bagi Kantor Pos yang dalam hal ini melakukan pembulatan tarif merupakan alasan yang cukup dapat diterima. Karena Kantor Pos merupakan salah satu perusahaan yang bekerja dalam bidang jasa, yang mana keuntungan tersebut dijadikan modal dalam pengembangan bisnis agar banyak konsumen yang semakin tertarik oleh produk-produk yang terdapat dalam perusahaan layanan jasa. Apalagi dalam era ini banyak sekali perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa yang membuat Kantor Pos memiliki banyak pesaing. Oleh sebab itu pihak perusahaan Kantor Pos harus selalu memberikan inovasi baru yang dapat memikat hati konsumen untuk memilih produknya yang salah satu cara pengembangannya didapatkan dari keuntungan pembulatan tarif.

Disisi lain, pengambilan keuntungan tersebut juga sebagai upaya menggaji karyawan, mengingat Kantor Pos adalah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa yang mana konsumen pasti memerlukan jasa karyawan Kantor Pos dalam kegiatan ekspedisi. Sehingga pembulatan tersebut oleh pihak perusahaan juga dijadikan upaya untuk menggaji karyawannya.

Meskipun sebenarnya telah dijelaskan bahwa kegiatan tersebut menyimpang dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen, namun hal tersebut masih dianggap

wajar apabila mengetahui pemaparan perusahaan mengadakan kegiatan pembulatan tarif. Dimana pihak perusahaan memberikan penjelasan secara mendetail mengenai adanya proses pembulatan tarif yang mana timbangan 550 gram tidak akan dihargai per/gram melainkan otomatis menjadi 1 kg dalam komputer sehingga konsumen mengetahui proses pembulatan tarifnya.

H. Pembulatan Tarif Kantor PosDufan Malang Terhadap Barang-barang Ekspedisi Tinjauan Fiqh Muamalah

Menurut kajian fiqh muamalah kegiatan yang dilakukan oleh Kantor Pos merupakan salah satu bentuk transaksi dalam Islam yakni *ijarah* (upah-mengupah). Mengapa demikian, karena definisi *Al-ijarah* ialah ganti dan upah. Sedangkan menurut Hasbi Ash-Shiddiqie bahwa *ijarah* ialah akad yang objeknya ialah penukaran manfaat untuk masa tertentu, yaitu pemilikan manfaat dengan imbalan, sama dengan menjual manfaat.⁷²

Ijarah merupakan salah satu bentuk kegiatan muamalah untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia, seperti sewa-menyewa, kontrak atau menjual jasa kepada orang lain. Dimana pelaku usaha bertindak sebagai *musta'jir* (orang yang menerima upah untuk melakukan sesuatu) dan *mu'jir* (orang yang memberikan upah dan yang menyewakan).

Ijarah disyari'atkan berdasarkan al-Qur'an, hadits, dan *ijma'*.⁷³ Semua umat

⁷²Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), h. 114-115.

⁷³Abdullah bin Muhammad Ath-Thayyar dan Abdullah bin Muhammad Al-Muthlaq dan Muhammad bin Ibrahim, *Ensiklopedi Fiqih Muamalah Dalam pandangan 4 Madzhab*, (Yogyakarta: Madarul-Wathan Lin-Nasyr, Riyadh, KSA, 2009), h. 313.

bersepakat, bahwa sewa-menyewa dan upah adalah boleh, tidak ada seorang ulama pun yang membantah kesepakatan (*ijma'*) ini, sekalipun ada beberapa orang di antara mereka yang berbeda pendapat.

Yang dimaksud ijarah itu adalah pengambilan manfaat sesuatu benda, jadi dalam hal ini bendanya tidak kurang sama sekali, dengan perkataan lain dengan terjadinya peristiwa ijarah, yang berpindah hanyalah manfaat dari benda yang disewakan tersebut, dalam hal ini dapat berupa manfaat barang seperti kendaraan, rumah dan manfaat karya seperti pemusik bahkan dapat juga berupa karya pribadi seperti pekerja.⁷⁴

Pengambilan manfaat dalam hal ini yakni berupa jasa pekerja Kantor Pos. Dimana upah dari ijarahnya yakni berupa pembayaran. Pembayaran tersebut bukanlah sesuai dengan perhitungan yang tertera pada nominal asli pada waktu menimbang barang, melainkan masih melalui satu tahap lagi yakni dengan dibulatkan dari tarif awal penyerahan berat barang.

Dalam transaksi pada Kantor Pos seringkali dijumpai adanya pembulatan pada saat menimbang barang yang akan dikirim. Pembulatan tersebut adalah ketentuan dari pihak kantor pos. Dari transaksi tersebut terdapat penyimpangan yang terkait dengan akad ijarah dalam kajian fiqh muamalah.

Adapun wawancara dengan konsumen adalah sebagai berikut:

Apakah anda tahu mengenai pembulatan tarif dalam proses pengiriman?

⁷⁴ChairumanPasaribu dan Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Perjanjian Dalam Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 1994), h. 52.

“tidak tahu mbak, yang saya ketahui hanya membayar sesuai tujuan pengiriman saya.”

Bagaimana ketika ada pembulatan tarif di kantor pos?

“sejauh ini saya belum mengetahui bagaimana prosesnya, akan tetapi ketika ada pembulatan tarif satu sisi saya merasa dirugikan, karena saya harus membayar dengan tarif yang bukan sesuai dengan berat barang saya, tapi ketika tidak terlalu memberatkan saya sih itu tidak apa-apa mbak.”

Jika dianalisis dari hasil wawancara tersebut maka, konsumen yang merasa dirugikan pada transaksi ijarah tersebut pada penimbangan yang dilakukan oleh Kantor Pos. Dalam penimbangannya Kantor Pos tidak memberikan penimbangan asli seperti contoh 600 gram akan dibulatkan menjadi 1 kg. Seharusnya pihak Kantor Pos memberikan timbangan sesuai dengan timbangan 600 gram dan apabila dibulatkan pembulatannya diberitahukan terlebih dahulu pada konsumen dan tidak kemudian diputuskan dengan dituliskan saja berat asal dan pembulatan dari berat asalnya. Dari permasalahan tersebut terdapat penyimpangan karena tidak sesuai dengan akad *Ujrah*.

Ketika mempekerjakan seseorang haruslah kita memberitahukan seberapa besar upah yang harus diterimanya. Dalam hal ini pihak penyedia layanan jasa bertindak sebagai pekerja dan konsumen sebagai orang yang memberikan gaji pada pekerja. Para pekerja juga harus mengetahui apa saja hal yang harus ia kerjakan. Pada masalah ini setelah menimbang pihak Kantor Pos tidak memberikan penjelasan mengenai adanya pembulatan tarif, melainkan langsung memberikan tarif sesuai dengan timbangan yang dibulatkan kepada konsumen.

Jika dianalisis dari fiqh muamalah bab ijarah, maka tidak ada penyimpangan yang mana sudah terpenuhi rukun dengan adanya:

1) *Musta'jir*⁷⁵

Musta'jir adalah pihak yang menyewa. Dalam hal ini adalah sebagai pihak yang mengupah. Artinya disini konsumenlah yang menjadi *musta'jir* yang bertindak sebagai pemberi upah.

2) *Mu'ajir*

Mu'ajir adalah pihak yang menyewakan. Dalam hal ini sebagai pihak yang diberi upah. Artinya adalah pihak penyedia layanan jasa yakni Kantor Pos. Kantor Pos sebagai perorangan, perusahaan/ kelompok yang diberi upah.

3) *Ma'jur*

Ma'jur adalah benda yang diijarkan. Dalam hal ini adalah barang ekspedisi yang akan dijadikan transaksi dari konsumen kepada pihak kantor pos.

4) *Akad*

Akad adalah ijab qabul antara konsumen yang menyerahkan barangnya kepada Kantor Pos untuk mengirimkan barangnya.

Selain rukun maka syarat pelaksanaan ijarah juga harus terpenuhi, yakni Pasal 301 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah: untuk menyelesaikan suatu proses akad ijarah, pihak-pihak yang melakukan akad harus mempunyai kecakapan melakukan perbuatan hukum.

Di dalam Pasal 251 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, rukun ijarah

⁷⁵ Pusat Pengkajian Hukum Islam dan Masyarakat Madani (PPHIMM), *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah Edisi Revisi Cet. Ke-1*, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 86-87.

adalah:⁷⁶

- 1) Pihak yang menyewa;
- 2) Pihak yang menyewakan;
- 3) Benda yang diijarkan;
- 4) Akad.

Dari analisis akad ijarah yang berhubungan dengan mekanisme pembulatan tarif yang dilakukan oleh Kantor Pos, bahwasanya pembulatan tersebut tidak ada penyimpangan melainkan alasan adanya konsumen yang merasa dirugikan. Kerugian tersebut jika dianalisis, maka sistem pembulatannya masih terdapat unsur riba (tambahan) karena salah satu pihak masih merasa dirugikan. Tambahan yang terjadi pada Kantor Pos yakni pada timbangan 600 gram–1 kg akan dihitung 1 kg. Maka akan terjadi tambahan sebanyak 400 gram. Dalam al-Qur'an pembulatan timbangan ini juga mengandung penipuan, karena salah satu penipuan adalah mengurangi takaran dan timbangan.

Meskipun sebenarnya telah banyak dijelaskan dalam al-Qur'an larangan mengenai riba, namun masih banyak sekali perorangan maupun perusahaan yang menggunakan riba. Dengan adanya fenomena pembulatan tarif ini, transparansi pihak Kantor Pos dalam memberikan penjelasan kepada konsumen mengenai adanya proses pembulatan tarif sangat diperlukan sehingga tidak ada pihak yang merasa dirugikan. Karena jika dianalisis dari fiqh muamalah bab ijarah tidak ada unsur penyimpangan yang dilakukan pihak Kantor Pos. Melainkan alasan kerugian yang dirasakan

⁷⁶ Mahkamah Agung, *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*, 2008, h. 7.

konsumen dengan adanya pembulatan tarif yang dilakukan secara sepihak oleh Kantor Pos.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian ini maka dapat disimpulkan beberapa hal yakni sebagai berikut:

1. Analisis tinjauan Undang-Undang Perlindungan Konsumen, maka dari transaksi yang ada pada Kantor pos terdapat penyimpangan yang terkait dengan Pasal 8 ayat (1) huruf c yang mana disebutkan “tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan, dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya”. Adanya pembulatan tarif yang dilakukan oleh Kantor Pos memberikan alasan-alasan sebagaiberikut: 1) memudahkan penghitungan; 2) pembulatan harga tersebut memang sudah terprogram pada komputer yang dalam kegiatan ini adalah satu-satunya alat yang digunakan dalam kegiatan jasa pengiriman; 3) memperoleh keuntungan dari pembulatan yang dilakukan perusahaan. Meskipun sebenarnya telah dijelaskan bahwa kegiatan tersebut menyimpang dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen, namun hal tersebut masih dianggap wajar apabila mengetahui alasan perusahaan mengadakan kegiatan pembulatan tarif sesuai dengan penjabaran pada pembahasan mengenai alasan adanya pembulatan tarif oleh Kantor Pos.

2. Analisis fiqh muamalah yang dalam hal ini terdapat dalam akad ijarah jika dihubungkan dengan pembulatan tarif yang dilakukan oleh Kantor Pos Dufan Malang, maka selama masih memenuhi rukun dan syarat yang ada dalam konsep ijarah maka pembulatan tarif tersebut masih diperbolehkan. Kegiatan tersebut tidaklah menyimpang jika dikaji dari segi *ujrah*. Hanya saja pihak konsumen yang merasa dirugikan dengan adanya pembulatan tarif yang dilakukan sepihak menjadikan adanya riba (tambahan) yang dilarang dalam Islam. Oleh sebab itu seharusnya pihak Kantor Pos memberikan penjelasan secara jelas dan transparan alasan diadakannya pembulatan tarif.

B. Saran

Adapun saran dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan agar Kantor Pos Dufan kota Malang dalam meningkatkan pelayanan publik khususnya dibidang jasa masih membutuhkan penjelasan secara transparan kepada konsumen terkait diadakannya mekanisme pembulatan tarif yang tidak menyimpang dari peraturan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan juga kajian Islam (fiqhmuamalah) yang di dalamnya terdapat banyak sekali peraturan yang diharapkan pihak Kantor Pos dapat menjalankan bisnis sesuai dengan peraturan yang berlaku.
2. Diharapkan Kantor Pos mampu membenahi permasalahan dan juga memberikan pemahaman secara mendetail apabila kelak dikemudian hari ada konsumen yang komplain merasa dirugikan karena adanya pembulatan tarif yang banyak kurang dimengerti oleh konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, 2010, Jakarta: Rineka Cipta.
- Badan Dasar Hukum Perlindungan Konsumen*, diposkan oleh naufal alfatih pada 10 Oktober 2012.
- Bin Muhammad Ath-Thayyar, Abdullah, Abdullah bin Muhammad Al-Muthlaqdan Muhammad bin Ibrahim, *Ensiklopedi Fiqih Muamalah Dalam pandangan 4 Madzhab*, 2009. Yogyakarta: Madarul-Wathan Lin-Nasyr, Riyadh, KSA.
- Bungin, Burhan. *Metode Penelitian Sosial : Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif*, 2001, Surabaya: Air langga Pres.

Fakultas Syaria'ah UIN Malang, *Pedoman Karya Tulis Ilmiah*, 2013, Malang:UIN Press.

Fakultas Syariah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*.

Fauzia, Ika Yunia, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syariah*, 2014, Jakarta: Penerbit Kencana Prenadamedia Grup.

Hakim, Lukman. *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*, 2012, Surakarta: Penerbit Erlangga.

Halim Barakatullah, Abdul. *Hak-hak Konsumen*, 2010, Bandung: Nusa Media.

Halim Barkatulah, Abdul. *Hukum Perlindungan Konsumen Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran*, 2008, Bandung: Nusa Media.

Lembar Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42.

Mahkamah Agung, *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*, 2008.

Mas'adi, Gufron A, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, 2002, Jakarta: PT Raja GrafindoPersada.

Miru, Ahmadi dan Sutarman Yodo. *Hukum Perlindungan Konsumen*, 2007, Jakarta: PT Raja Grafindo.

Miru, Ahmadi. *Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*, 2011, Jakarta: Rajawali Press.

Muhammad dan Alimin, *Etika Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, 2004, Yogyakarta: BPFE UGM.

Muhammad, Abdulkadir. *Hukum dan Penelitian Hukum*, Cet-1, 2004, Bandung: PT Citra Aditya Bakti.

Nasution, Az. *Konsumen dan Hukum*, 1996, Jakarta : RinekaCipta.

Pasaribu, Chairuman dan Suhrawardi K. Lubis. *Hukum Perjanjian Dalam Islam*, 2004, Jakarta: Sinar Grafika.

Perlindungan Konsumen Nasional, *Perlindungan Konsumen Indonesia*, Cet 2, 2005, Jakarta.

Pusat Pengkajian Hukum Islam dan Masyarakat Madani (PPHIMM), *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah Revisi Cet. Ke-1*, 2009, Jakarta: Kencana.

Rahman Ghazaly, Abdul, Gufron Ihsan, dan Sapiudin Shidiq. *Fiqh Muamalat*, 2010, Jakarta: Kencana

Rajagukguk, Erna dan Husni Syawali dkk. *Pentingnya perlindungan konsumen dalam era perdagangan bebas dalam Hukum Perlindungan Konsumen*, 2000, Bandung: Mandar Maju.

S, Burhanuddin. *Hukum Kontrak Syariah, cet ke 1*, 2009, Yogyakarta: BPFE UGM.

S, Burhanuddin. *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal*, 2011, Malang: UIN-Maliki Press.

Sudjana, Nana dan Awal Kusuma, *Proposal Penelitian Di Perguruan Tinggi*, 2008, Bandung: Sinar Baru Alnesindo.

Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*, 2007, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Tim P3EI Universitas Islam Indonesia, *Ekonomi Islam*, 2008, Jakarta: Rajawali Pers.

www.KamusBahasaIndonesia.org

www.kamusbesarbahasaIndonesia.org

www.posindonesia.co.id

**UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 8 TAHUN 1999
TENTANG
PERLINDUNGAN KONSUMEN
DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA
PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA.**

- Menimbang:** a.bahwa pembangunan nasional bertujuan untuk mewujudkan suatu masyarakat adil dan makmur yang merata materiil dan spiritual dalam era demokrasi ekonomi berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945;
- b. bahwa pembangunan perekonomian nasional pada era globalisasi harus dapat mendukung tumbuhnya dunia usaha sehingga mampu menghasilkan beraneka ragam barang dan/atau jasa yang memiliki kandungan teknologi yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat banyak dan sekaligus mendapatkan kepastian atas barang dan/atau jasa yang diperoleh dari perdagangan tanpa mengakibatkan kerugian konsumen;
- c.bahwa semakin terbukanya pasar nasional sebagai akibat dari proses globalisasi ekonomi harus tetap menjamin peningkatan kesejahteraan masyarakat serta kepastian atas mutu, jumlah, dan keamanan barang dan/atau jasa yang diperolehnya di pasar;
- d.bahwa untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuh kembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab;
- e.bahwa ketentuan hukum yang melindungi kepentingan konsumen di Indonesia belum memadai;
- f. bahwa berdasarkan pertimbangan tersebut di atas diperlukan perangkat peraturan perundang-undangan untuk mewujudkan keseimbangan perlindungan kepentingan konsumen dan pelaku usaha sehingga tercipta perekonomian yang sehat;
- g.bahwa untuk itu perlu dibentuk Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen;

Mengingat : Pasal 5 Ayat (1), Pasal 21 Ayat (1), Pasal 27, dan Pasal 33 Undang-Undang Dasar 1945;

Dengan persetujuan

DEWAN PERWAKILAN RAKYAT REPUBLIK INDONESIA

MEMUTUSKAN

Menetapkan: UNDANG-UNDANG TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN.

BAB I
KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam Undang-undang ini yang dimaksud dengan:

1. Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk member perlindungan kepala konsumen.
2. Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.
3. Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.
4. Barang adalah setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.
5. Jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.
6. Promosi adalah kegiatan pengenalan atau penyebarluasan informasi suatu barang dan/atau jasa untuk menarik minat beli konsumen terhadap barang dan/atau jasa yang akan dan sedang diperdagangkan.
7. Impor barang adalah kegiatan memasukkan barang ke dalam daerah pabean.
8. Impor jasa adalah kegiatan penyediaan jasa asing untuk dipergunakan di dalam wilayah Republik Indonesia.
9. Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat adalah lembaga non-Pemerintah yang terdaftar dan diakui oleh Pemerintah yang mempunyai kegiatan menangani perlindungan konsumen.
10. Klausula Baku adalah setiap aturan atau ketentuan dan syarat- syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam suatu dokumen dan/atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen.
11. Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen adalah badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen.

12.Badan Perlindungan Konsumen Nasional adalah badan yang dibentuk untuk membantu upaya pengembangan perlindungan konsumen.

13.Menteri adalah menteri yang ruang lingkup tugas dan tanggung jawabnya meliputi bidang perdagangan.

BAB II ASAS DAN TUJUAN

Pasal 2

Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum.

Pasal 3

Perlindungan konsumen bertujuan:

- a.meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
- b.mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
- c.meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;
- d.menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsure kepastian hukum danketerbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
- e.menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehinggatumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha;
- f.meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksibarang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen

BAB III HAK DAN KEWAJIBAN Bagian Pertama Hak dan Kewajiban Konsumen

Pasal 4

Hak konsumen adalah:

- a.hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- b.hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barangdan/atau jasa tersebutsesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;

- c.hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- d.hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- e.hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- f.hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- g.hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- h.hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- i.hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Pasal 5

Kewajiban konsumen adalah:

- a.membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- b.beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c.membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d.mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Bagian Kedua

Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Pasal 6

Hak pelaku usaha adalah:

- a.hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b.hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c.hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d.hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e.hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Pasal 7

Kewajiban pelaku usaha adalah:

- a.beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;

- b. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

BAB IV PERBUATAN YANG DILARANG BAGI PELAKU USAHA

Pasal 8

- (1) Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang:
- a. tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang-undangan;
 - b. tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
 - c. tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
 - d. tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
 - e. tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
 - f. tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
 - g. tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
 - h. tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan “halal” yang dicantumkan dalam label;
 - i. tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal

pembuatan, akibatsampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus dipasang/dibuat;

j.tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

(2)Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.

(3)Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.

(4)Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

Pasal 9

(1)Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar, dan/atau seolah-olah:

a.barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu;

b.barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru;

c.barang dan/atau jasa tersebut telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri- ciri kerja atau aksesoris tertentu;

d.barang dan/atau jasa tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan atau afiliasi;

e.barang dan/atau jasa tersebut tersedia;

f.barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi;

g.barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu;

h.barang tersebut berasal dari daerah tertentu;

i.secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang dan/atau jasa lain;

j.menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung risiko atau efek sampingan tanpa keterangan yang lengkap;

k.menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.

(2)Barang dan/atau jasa sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilarang untuk diperdagangkan.

(3)Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap ayat (1) dilarang melanjutkan penawaran, promosi, dan pengiklanan barang dan/atau jasa tersebut.

Pasal 10

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkandilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benaratau mnyesatkan mengenai:

- a.harga atau tarif suatu barang dan/atau jasa;
- b.kegunaan suatu barang dan/atau jasa;
- c.kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang dan/atau jasa;
- d.tawaran potongan harga atau hadiah menarik yang ditawarkan;
- e.bahaya penggunaan barang dan/atau jasa.

Pasal 11

Pelaku usaha dalam hal penjualan yang dilakukan melalui cara obral atau lelang, dilarang mengelabui/menyesatkan konsumen dengan:

- a.menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah telah memenuhi standar menu tertentu;
- b.menyatakan barang dan/atau jasa tersebut seolah-olah tidak mengandung cacat tersembunyi;
- c.tidak berniat untuk menjual barang yang ditawarkan melainkan dengan maksud untuk menjual barang lain;
- d.tidak menyediakan barang dalam jumlah tertentu dan/atau jumlah yang cukup dengan maksudmenjual yang lain;
- e.tidak menyediakan jasa dalam kapasitas tertentu atau dalam jumlah cukup dengan maksudmenjual jasa yang lain;
- f.menaikkan harga atau tarif barang dan/atau jasa sebelum melakukan obral.

Pasal 12

Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasadengan harga atau tarif khusus dalam waktu dan jumlah tertentu, jika pelaku usaha tersebut tidak bermaksud untuk melaksanakannya sesuai dengan waktu dan jumlah yang ditawarkan, dipromosikan,atau diiklankan.

Pasal 13

(1)Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, atau mengiklankan suatu barang dan/atau jasa dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/ataujasa lain secara Cuma-Cuma dengan maksud tidak memberikannya atau memberikan tidak sebagaimana yang dijanjikannya.

(2)Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan atau mengiklankan obat, obat tradisional,suplemen makanan, alat kesehatan, dan jasa pelayanan kesehatan dengan cara menjanjikan pemberian hadiah berupa barang dan/atau jasa lain.

Pasal 14

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dengan memberikan hadiah melalui cara undian, dilarang untuk:

- a. Tidak melakukan penarikan hadiah setelah batas waktu yang dijanjikan;
- b. Mengumumkan hasilnya tidak melalui media massa;
- c. Memberikan hadiah tidak sesuai dengan yang dijanjikan;
- d. Mengganti hadiah yang tidak setara dengan nilai hadiah yang dijanjikan.

Pasal 15

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa dilarang melakukan dengan cara pemaksaan atau cara lain yang dapat menimbulkan gangguan baik fisik maupun psikis terhadap konsumen.

Pasal 16

Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa melalui pesanan dilarang untuk:

- a. Tidak menepati pesanan dan/atau kesepakatan waktu penyelesaian sesuai dengan yang dijanjikan;
- b. Tidak menepati janji atas suatu pelayanan dan/atau prestasi.

Pasal 17

(1) Pelaku usaha periklanan dilarang memproduksi iklan yang:

- a. Mengelabui konsumen mengenai kualitas, kuantitas, bahan, kegunaan dan harga barang dan/atau jasa serta ketepatan waktu penerimaan barang dan/atau jasa;
- b. Mengelabui jaminan/garansi terhadap barang dan/atau jasa;
- c. Memuat informasi yang keliru, salah, atau tidak tepat mengenai barang dan/atau jasa;
- d. Tidak memuat informasi mengenai risiko pemakaian barang dan/atau jasa;
- e. Mengeksploitasi kejadian dan/atau seseorang tanpa izin yang berwenang atau persetujuan yang bersangkutan;
- f. Melanggar etika dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai periklanan.

(2) Pelaku usaha periklanan dilarang melanjutkan peredaran iklan yang telah melanggar ketentuan pada ayat (1).

BAB V

KETENTUAN PERCANTUMAN KLAUSULA BAKU

Pasal 18

(1) Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang membuat atau mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan/atau perjanjian apabila:

- a. Menyatakan pengalihan tanggung jawab pelaku usaha;
- b. Menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen;
- c. Menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali uang yang dibayarkan atas barang dan/atau jasa yang dibeli oleh konsumen;
- d. Menyatakan pemberian kuasa dari konsumen kepada pelaku usaha baik secara langsung maupun tidak langsung untuk melakukan segala tindakan sepihak yang berkaitan dengan barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran;
- e. Mengatur perihal pembuktian atas hilangnya kegunaan barang atau pemanfaatan jasa yang dibeli oleh konsumen;
- f. Memberi hak kepada pelaku usaha untuk mengurangi manfaat jasa atau mengurangi harta kekayaan konsumen yang menjadi obyek jual beli jasa;
- g. Menyatakan tunduknya konsumen kepada peraturan yang berupa aturan baru, tambahan, lanjutan dan/atau pengubahan lanjutan yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha dalam masa konsumen memanfaatkan jasa yang dibelinya;
- h. Menyatakan bahwa konsumen memberi kuasa kepada pelaku usaha untuk pembebanan hak tanggungan, hak gadai, atau hak jaminan terhadap barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran.

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

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

(4) Pelaku usaha wajib menyesuaikan klausula baku yang bertentangan dengan Undang-undang ini.

BAB VI

TANGGUNG JAWAB PELAKU USAHA

Pasal 19

(1) Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.

(2) Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

(3) Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.

(4) Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.

(5) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Pasal 20

Pelaku usaha periklanan bertanggung jawab atas iklan yang diproduksi dan segala akibat yang ditimbulkan oleh iklan tersebut.

Pasal 21

(1) Importir barang bertanggung jawab sebagai pembuat barang yang diimpor apabila importasi barang tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan produsen luar negeri.

(2) Importir jasa bertanggung jawab sebagai penyedia jasa asing apabila penyediaan jasa asing tersebut tidak dilakukan oleh agen atau perwakilan penyedia jasa asing.

Pasal 22

Pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam kasus pidana sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 ayat (4), Pasal 20, dan Pasal 21 merupakan beban tanggung jawab pelaku usaha tanpa menutup kemungkinan bagi jaksa untuk melakukan pembuktian.

Pasal 23

Pelaku usaha yang menolak dan/atau tidak memberi tanggapan dan/atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 ayat (1), ayat (2), ayat (3), dan ayat (4), dapat digugat melalui badan penyelesaian sengketa konsumen atau mengajukan ke badan peradilan di tempat kedudukan konsumen.

Pasal 24

(1) Pelaku usaha yang menjual barang dan/atau jasa kepada pelaku usaha lain bertanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen apabila :

a. pelaku usaha lain menjual kepada konsumen tanpa melakukan perubahan apa pun atas barang dan/atau jasa tersebut;

b. pelaku usaha lain, di dalam transaksi jual beli tidak mengetahui adanya perubahan barang dan/atau jasa yang dilakukan oleh pelaku usaha atau tidak sesuai dengan contoh, mutu, dan komposisi.

(2) Pelaku usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dibebaskan dari tanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen apabila pelaku usaha lain yang membeli barang dan/atau jasa menjual kembali kepada konsumen dengan melakukan perubahan atas barang dan/atau jasa tersebut.

Pasal 25

(1) Pelaku usaha yang memproduksi barang yang pemanfaatannya berkelanjutan dalam batas waktu sekurang-kurangnya 1 (satu) tahun wajib menyediakan suku cadang dan/atau fasilitas purna jual dan wajib memenuhi jaminan atau garansi sesuai dengan yang diperjanjikan.

(2) Pelaku usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) bertanggung jawab atas tuntutan ganti rugi dan/atau gugatan konsumen apabila pelaku usaha tersebut :

a. tidak menyediakan atau lalai menyediakan suku cadang dan/atau fasilitas perbaikan;

b. tidak memenuhi atau gagal memenuhi jaminan atau garansi yang diperjanjikan.

Pasal 26

Pelaku usaha yang memperdagangkan jenis jasa wajib memenuhi jaminan dan/atau garansi yang disepakati dan/atau yang diperjanjikan.

Pasal 27

Pelaku usaha yang memproduksi barang dibebaskan dari tanggung jawab atas kerugian yang diderita konsumen, apabila :

a. barang tersebut terbukti seharusnya tidak diedarkan atau tidak dimaksudkan untuk diedarkan;

b. cacat barang timbul pada kemudian hari;

c. cacat timbul akibat ditaatinya ketentuan mengenai kualifikasi barang;

d. kelalaian yang diakibatkan oleh konsumen.

e. Lewatnya jangka waktu penuntutan 4 (empat) tahun sejak barang dibeli atau lewatnya jangka waktu yang diperjanjikan.

Pasal 28

Pembuktian terhadap ada tidaknya unsur kesalahan dalam gugatan ganti rugi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19, Pasal 21, dan Pasal 23 merupakan beban dan tanggung jawab pelaku usaha.

BAB VII PEMBINAAN DAN PENGAWASAN Bagian Pertama Pembinaan

Pasal 29

- (1) Pemerintah bertanggung jawab atas pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen yang menjamin diperolehnya hak konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajiban konsumen dan pelaku usaha serta dilaksanakannya kewajiban konsumen dan pelaku usaha.
- (2) Pembinaan oleh pemerintah atas penyelenggaraan perlindungan konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan oleh Menteri dan/atau menteri teknis terkait.
- (3) Menteri sebagaimana dimaksud pada ayat (2) melakukan koordinasi atau penyelenggaraan perlindungan konsumen.
- (4) Pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat (2) meliputi upaya untuk :
 - a. terciptanya iklim usaha dan tumbuhnya hubungan yang sehat antara pelaku usaha dan konsumen;
 - b. berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
 - c. meningkatnya kualitas sumber daya manusia serta meningkatnya kegiatan penelitian dan pengembangan di bidang perlindungan konsumen.
- (5) Ketentuan lebih lanjut mengenai pembinaan penyelenggaraan perlindungan konsumen diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Bagian Kedua Pengawasan

Pasal 30

- (1) Pengawasan terhadap penyelenggaraan perlindungan konsumen serta penerapan ketentuan peraturan perundang-undangannya di selenggarakan oleh pemerintah, dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat.
- (2) Pengawasan oleh pemerintah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan oleh menteri dan/atau menteri teknis terkait.
- (3) Pengawasan oleh masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dilakukan terhadap barang dan/atau jasa yang beredar di pasar.

(4) Apabila hasil pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (3) ternyata menyimpang dari peraturan perundang-undangan yang berlaku dan membahayakan konsumen, menteri dan/atau menteri teknis terkait mengambil tindakan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

(5) Hasil pengawasan yang diselenggarakan masyarakat dan lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat dapat disebarluaskan kepada masyarakat dan dapat disampaikan kepada Menteri dan menteri teknis.

(6) Ketentuan pelaksanaan tugas pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), ayat (2), dan ayat (3) ditetapkan dengan Peraturan Pemerintah.

BAB VIII

BADAN PERLINDUNGAN KONSUMEN NASIONAL

Bagian Pertama

Nama, Kedudukan, Fungsi, dan Tugas

Pasal 31

Dalam rangka mengembangkan upaya perlindungan konsumen dibentuk Badan Perlindungan

Pasal 32

Badan Perlindungan Konsumen Nasional berkedudukan di Ibu Kota Negara Republik Indonesia dan bertanggung jawab kepada Presiden.

Pasal 33

Badan Perlindungan Konsumen Nasional mempunyai fungsi memberikan saran dan pertimbangan kepada pemerintah dalam upaya mengembangkan Perlindungan Konsumen di Indonesia.

Pasal 34

(1) Untuk menjalankan fungsi sebagaimana dimaksud dalam pasal 33 Badan Perlindungan Konsumen Nasional mempunyai tugas :

a. memberikan saran dan rekomendasi kepada pemerintah dalam rangka penyusunan kebijaksanaan di bidang perlindungan konsumen;

b. melakukan penelitian dan pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang perlindungan konsumen;

c. melakukan penelitian terhadap barang dan/atau jasa yang menyangkut keselamatan konsumen;

d. mendorong berkembangnya lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;

- e.menyebarluaskan informasi melalui media mengenai perlindungan konsumen dan memasyarakatkan sikap berperipikah kepada konsumen;
 - f.menerima pengaduan tentang perlindungan konsumen dari masyarakat, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat, atau pelaku usaha;
 - g.melakukan survei yang menyangkut kebutuhan konsumen.
- (2) Dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud pada ayat (1), Badan Perlindungan Konsumen Nasional dapat bekerja sama dengan organisasi konsumen internasional.

Bagian Kedua Susunan Organisasi dan Keanggotaan

Pasal 35

- (1) Badan Perlindungan Konsumen Nasional terdiri atas seorang ketua merangkap anggota, seorang wakil ketua merangkap anggota, serta sekurang-kurangnya 15 (limabelas) orang dan sebanyak-banyaknya 25 (dua puluh lima) orang anggota yang mewakili semua unsur.
- (2) Anggota Badan Perlindungan Konsumen Nasional diangkat dan diberhentikan oleh Presiden dan atas usul Menteri, setelah dikonsultasikan kepada Dewan Perwakilan Rakyat Indonesia.
- (3) Masa jabatan ketua, wakil ketua, dan anggota Badan Perlindungan Konsumen Nasional selama 3 (tiga) tahun dan dapat diangkat kembali untuk (1) satu kali masa jabatan berikutnya.
- (4) Ketua dan wakil ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional dipilih oleh anggota.

Pasal 36

Anggota Badan Perlindungan Konsumen Nasional terdiri atas unsur :

- a. Pemerintah;
- b. Pelaku usaha;
- c. Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat;
- d. Akademisi; dan
- e. Tenaga ahli.

Pasal 37

Persyaratan keanggotaan Badan Perlindungan Konsumen Nasional adalah :

- a. warga negara Republik Indonesia;
- b. berbadan sehat;
- c. berkelakuan baik;
- d. tidak pernah dihukum karena kejahatan;
- e. memiliki pengetahuan dan pengalaman di bidang perlindungan konsumen, dan;

f.berusia sekurang-kurangnya 30 (tiga puluh) tahun.

Pasal 38

Keanggotaan Badan Perlindungan Konsumen Nasional berhenti karena :

- a.meninggal dunia;
- b.mengundurkan diri atas permintaan sendiri;
- c.bertempat tinggal di luar wilayah negara Republik Indonesia;
- d.sakit secara terus menerus;
- e.berakhir masa jabatan sebagai anggota, atau;
- f.diberhentikan.

Pasal 39

- (1)Untuk kelancaran pelaksanaan tugas, Badan Perlindungan Konsumen Nasional dibantu oleh sekretariat.
- (2)Sekretariat sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dipimpin oleh seorang sekretaris yang diangkat oleh Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional.
- (3)Fungsi, tugas, dan tata kerja sekretariat sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dalam keputusan Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional.

Pasal 40

- (1)Apabila diperlukan Badan Perlindungan Konsumen Nasional dapat membentuk perwakilan di Ibu Kota Daerah Tingkat I untuk membantu pelaksanaan tugasnya.
- (2)Pembentukan perwakilan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditetapkan lebih lanjut dengan keputusan Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional.

Pasal 41

Dalam pelaksanaan tugas, Badan Perlindungan Konsumen Nasional bekerja berdasarkan tata kerjanya yang di atur dengan keputusan Ketua Badan Perlindungan Konsumen Nasional.

Pasal 42

Biaya untuk pelaksanaan tugas Badan Perlindungan Konsumen Nasional dibebankan kepada anggaran pendapatan dan belanja negara dan sumber lain yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Pasal 43

Ketentuan lebih lanjut mengenai pembentukan Badan Perlindungan Konsumen Nasional diatur dalam Peraturan Pemerintah.

BAB IX LEMBAGA PERLINDUNGAN KONSUMEN SWADAYA MASYARAKAT

Pasal 44

- (1) Pemerintah mengakui lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat yang memenuh isyarat.
- (2) Lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat memiliki kesempatan untuk berperan aktif dalam mewujudkan perlindungan konsumen.
- (3) Tugas lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat meliputi kegiatan:
 - a. menyebarkan informasi dalam rangka meningkatkan kesadaran atas hak dan kewajiban dan kehati-hatian konsumen dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
 - b. memberikan nasehat kepada konsumen yang memerlukan nya;
 - c. bekerja sama dengan instansi terkait dalam upaya mewujudkan perlindungan konsumen;
 - d. membantu konsumen dalam memperjuangkan haknya, termasuk menerima keluhan atas pengaduan konsumen;
 - e. melakukan pengawasan bersama pemerintah dan masyarakat terhadap pelaksanaan perlindungan konsumen.
- (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai tugas lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat sebagaimana dimaksud pada ayat (3) diatur dalam peraturan Pemerintah.

BAB X PENYELESAIAN SENGKETA Bagian Pertama Umum

Pasal 45

- (1) Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang beradadi lingkungan peradilan umum.
- (2) Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui pengadilan atau diluar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa.
- (3) Penyelesaian sengketa di luar pengadilan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak menghilangkan tanggung jawab pidana sebagaimana diatur dalam Undang-undang.

(4) Apabila telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya tersebut dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh pihak yang bersengketa.

Pasal 46

(1) 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 yang 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/atau jasa yang dikonsumsi atau dimanfaatkan mengakibatkan kerugian materi yang besar dan/atau korban yang tidak sedikit.

(2) Gugatan yang diajukan oleh sekelompok konsumen, lembaga perlindungan konsumen swadaya masyarakat atau pemerintah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b, huruf c, atau huruf d diajukan kepada pengadilan umum.

(3) Ketentuan lebih lanjut mengenai kerugian materi yang besar dan/atau korban yang tidak sedikit sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf d diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Bagian Kedua Penyelesaian Sengketa di luar Pengadilan

Pasal 47

Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen.

Bagian Ketiga Penyelesaian Sengketa Melalui Pengadilan

Pasal 48

Penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan mengacu pada ketentuan tentang pengadilan umum yang berlaku dengan memperhatikan ketentuan dalam Pasal 45.

BAB XI

BADAN PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN

Pasal 49

- (1) Pemerintah membentuk badan penyelesaian sengketa konsumen di Daerah Tingkat II untuk penyelesaian sengketa konsumen diluar pengadilan.
- (2) Untuk dapat diangkat menjadi anggota badan penyelesaian sengketa konsumen, seseorang harus memenuhi syarat sebagai berikut :
- a. warganegara Republik Indonesia;
 - b. berbadan sehat;
 - c. berkelakuan baik;
 - d. tidak pernah dihukum karena kejahatan;
 - e. memiliki pengetahuan dan pengalaman di bidang perlindungan konsumen;
 - f. berusia sekurang-kurangnya 30 (tiga puluh) tahun.
- (3) Anggota sebagaimana dimaksud pada ayat (2) terdiri atas unsur pemerintah, unsurekonsumen, dan unsur pelaku usaha.
- (4) Anggota setiap unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (2) berjumlah sedikit-dikitnya 3 (tiga) orang, dan sebanyak-banyaknya 5 (lima) orang.
- (5) Pengangkatan dan pemberhentian anggota badan penyelesaian sengketa konsumen ditetapkan oleh Menteri.

Pasal 50

- Badan penyelesaian sengketa konsumen sebagaimana dimaksud oleh Pasal 49 ayat (1) terdiri atas :
- a. ketua merangkap anggota;
 - b. wakil ketua merangkap anggota;
 - c. anggota.

Pasal 51

- (1) Badan penyelesaian sengketa konsumen dalam menjalankan tugasnya dibantu oleh sekretariat.
- (2) Sekretariat badan penyelesaian sengketa konsumen terdiri atas kepala sekretariat dan anggotasekretariat.
- (3) Pengangkatan dan pemberhentian kepala sekretariat dan anggota sekretariat Badan penyelesaian sengketa konsumen ditetapkan oleh Menteri.

Pasal 52

Tugas dan wewenang badan penyelesaian sengketa konsumen meliputi :

- a.melaksanakan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen,dengan cara melalui mediasiatau arbitrase atau konsiliasi;
- b.memberikan konsultasi perlindungan konsumen;
- c.melakukan pengawasan terhadap pencatuman klausula baku;
- d.melaporkan kepada penyidik umum apabila terjadi pelanggaran ketentuan dalam Undang-undang ini;
- e.menerima pengaduan baik tertulis maupun tidak tertulis,dari konsumen tentang terjadinyapelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- f.melakukan penelitian dan pemeriksaan sengeketa perlindungan konsumen;
- g.memanggil pelaku usaha yang telah melakukan pelanggaran terhadap perlindungan konsumen;
- h.memanggil dan menghadirkan saksi, saksi ahli dan/atau setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran terhadap Undang-undang ini;
- i.meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan pelaku usaha, saksi, saksi ahli, atau setiap orang sebagaimana dimaksud pada huruf g dan huruf h, yang tidak bersedia memenuhi panggilan badan penyelesaian sengketa konsumen;
- j.mendapatkan, meneliti dan/atau menilai surat, dokumen,atau alat bukti lain guna menyelidikandan/atau pemeriksaan;
- k.memutuskan dan menetapkan ada atau tidak adanya kerugian di pihak konsumen;
- l.memberikan putusan kepada pelaku usaha yang melakukan pelanggaran terhadap perlindunagnan konsumen;
- m.menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha yang melanggar ketentuan Undang-undang ini.

Pasal 53

Ketentuan lebih lanjut mengenai pelaksanaan tugas dan wewenang badan penyelesaian sengketa konsumen Daerah Tingkat II diatur dalam surat keputusan menteri.

Pasal 54

- (1)Untuk menangani dan menyelesaikan sengketa konsumen, badan penyelesaian sengketa konsumen membentuk majelis
- (2)Jumlah anggota majelis sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus ganjil dan sedikit-dikitnya 3(tiga) orang yang mewakili semua unsur sebagaimana dalam Pasal 49 ayat (3), serta dibantu oleh seorang panitera.
- (3)Putusan majelis bersifat final dan mengikat.
- (4)Ketentuan teknis lebih lanjut mengenai pelaksanaan tugas majelis diatur dalam suratkeputusanmenteri.

Pasal 55

Badan penyelesaian sengketa konsumen wajib mengeluarkan utusan paling lambat dalam waktu 21 (dua puluh satu) hari kerja setelah gugatan diterima.

Pasal 56

- (1) Dalam waktu paling lambat 7 (tujuh) hari kerja sejak menerima putusan badan penyelesaian sengketa konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 55 pelaku usaha wajib melaksanakan putusan tersebut.
- (2) Para pihak dapat mengajukan keberatan kepada Pengadilan Negeri paling lambat 14 (empat belas) hari kerja setelah menerima pemberitahuan putusan tersebut.
- (3) Pelaku usaha yang tidak mengajukan keberatan dalam jangka waktu sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dianggap menerima putusan badan penyelesaian sengketa konsumen.
- (4) Apabila ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (3) tidak dijalankan oleh pelaku usaha, badan penyelesaian sengketa konsumen menyerahkan putusan tersebut kepada penyidik untuk melakukan penyidikan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
- (5) Putusan badan penyelesaian sengketa konsumen sebagaimana dimaksud pada ayat (3) merupakan bukti permulaan yang cukup bagi penyidik untuk melakukan penyidikan.

Pasal 57

Putusan majelis sebagaimana dimaksud dalam Pasal 54 ayat (1) dimintakan penempatan eksekusinya kepada Pengadilan Negeri tempat konsumen yang dirugikan.

Pasal 58

- (1) Pengadilan Negeri wajib mengeluarkan putusan atas keberatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 56 ayat (2) dalam waktu paling lambat 21 (dua puluh satu) hari sejak diterimanya keberatan.
- (2) Terhadap putusan Pengadilan Negeri sebagaimana dimaksud pada ayat (1), para pihak dalam waktu paling lambat 14 (empat belas) hari dapat mengajukan kasasi ke Mahkamah Agung Republik Indonesia.
- (3) Mahkamah Agung Republik Indonesia wajib mengeluarkan putusan dalam waktu paling lambat 30 (tiga puluh) hari sejak menerima permohonan kasasi.

BAB XII PENYIDIKAN

Pasal 59

(1) Selain Pejabat Polisi Negara Republik Indonesia, Pejabat Pegawai Negeri Sipil tertentu di lingkungan instansi pemerintah yang lingkup tugas dan tanggung jawabnya di bidang perlindungan konsumen juga diberi wewenang khusus sebagai penyidik sebagaimana dimaksud dalam Undang-undang Hukum Acara Pidana yang berlaku.

(2) Penyidik Pejabat Pegawai Negeri Sipil sebagaimana dimaksud pada ayat (1) berwenang :

- a. melakukan pemeriksaan atas kebenaran laporan atau keterangan berkenaan dengan tindak pidana di bidang perlindungan konsumen;
- b. melakukan pemeriksaan terhadap orang atau badan hukum yang diduga melakukan tindak pidana di bidang perlindungan konsumen;
- c. meminta keterangan dan bahan bukti dari orang atau badan hukum sehubungan dengan peristiwa tindak pidana di bidang perlindungan konsumen;
- d. melakukan pemeriksaan atas pembukuan, catatan, dan dokumen lain berkenaan dengan tindak pidana di bidang perlindungan konsumen;
- e. melakukan pemeriksaan di tempat tertentu yang diduga terdapat bahan bukti serta melakukan penyitaan terhadap barang hasil pelanggaran yang dapat dijadikan bukti dalam perkara tindak pidana di bidang perlindungan konsumen;
- f. meminta bantuan ahli dalam rangka pelaksanaan tugas penyidikan tindak pidana di bidang perlindungan konsumen.

(3) Penyidik Pejabat Pegawai Negeri Sipil sebagaimana dimaksud pada ayat (1) memberitahukan dimulainya penyidikan dan hasil penyidikannya kepada Penyidik Pejabat Polisi Negara Republik Indonesia.

(4) Penyidik Pejabat Pegawai Negeri Sipil sebagaimana dimaksud pada ayat (1) menyampaikan hasil penyidikan kepada Penuntut Umum melalui Penyidik Pejabat Polisi Negara Republik Indonesia.

BAB XIII

SANKSI

Bagian Pertama

Sanksi Administratif

Pasal 60

(1) Badan penyelesaian sengketa konsumen berwenang menjatuhkan sanksi administratif terhadap pelaku usaha yang melanggar Pasal 49 ayat (2) dan ayat (3), Pasal 20, Pasal 25, dan Pasal 26.

(2) Sanksi administratif berupa penetapan ganti rugi paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah).

(3) Tata cara penetapan sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur lebih lanjut dalam peraturan perundang-undangan.

Bagian Kedua Sanksi Pidana

Pasal 61

Penuntutan pidana dapat dilakukan terhadap pelaku usaha dan/atau pengurusnya.

Pasal 62

(1) Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17, ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2), dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua milyar rupiah).

(2) Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11, Pasal 12, Pasal 13 ayat (1), Pasal 14, Pasal 16, dan Pasal 17 ayat (1) huruf d dan huruf f dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (limaratus juta rupiah).

(3) Terhadap pelanggaran yang mengakibatkan luka berat, sakit berat, cacat tetap atau kematian diberlakukan ketentuan pidana yang berlaku.

Pasal 63

Terhadap sanksi pidana sebagaimana dalam pasal 62, dapat dijatuhkan hukuman tambahan, berupa :

- a. Perampasan barang tertentu;
- b. Pengumuman putusan hakim;
- c. Pembayaran ganti rugi;
- d. Perintah penghentian kegiatan tertentu yang menyebabkan timbulnya kerugian konsumen;
- e. Kewajiban penarikan barang dari peredaran; atau
- f. Pencabutan izin usaha.

BAB XIV KETENTUAN PERALIHAN

Pasal 64

Segala ketentuan peraturan perundang-undangan yang bertujuan melindungi konsumen yang telah ada pada saat Undang-undang ini diundangkan, dinyatakan tetap berlaku sepanjang tidak diatur secara khusus dan/atau tidak bertentangan dengan ketentuan dalam Undang-undang ini.

BAB XV
KETENTUAN PENUTUP

Pasal 65

Undang-undang ini mulai berlaku setelah 1 (satu) tahun sejak diundangkan.
Agar setiap orang yang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Undang-undang ini dengan penempatannya dalam Lembaran Negara Republik Indonesia.

Disahkan di Jakarta
Pada tanggal 20 April 1999
PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA

ttd.

BACHARUDDIN JUSUF HABIBIE

Diundangkan di Jakarta
Pada tanggal 20 April 1999
MENTERI NEGARA SEKRETARIS NEGARA
REPUBLIK INDONESIA

ttd.

AKBAR TANDJUNG

LEMBARAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA
TAHUN 1999 NOMOR 42

HASIL WAWANCARA

Berikut data wawancara berdasarkan observasi lapangan:

1. Kantor Pos

Subjek : Mbak Ria Yuliantika

Bagian : Staf perusahaan agen kantor pos

Alamat : Jl. Gajayana 30 Malang

Waktu : Kamis, 3 Desember 2015 Pukul : 10.15 – 11.20 WIB

Maka dapat kami paparkan hasil wawancara oleh Mbak Ria Yuliantika :

Mengapa pelaku usaha kantor pos cabang malang melakukan pembulatan terhadap harga?

“Jadi alasan kami melakukan pembulatan harga disini karena untuk memudahkan penghitungan ketika barang hendak dikirim. Selain itu juga pembulatan harga itu memang sudah terprogram pada komputer yang dalam kegiatan ini adalah satu-satunya alat yang digunakan dalam kegiatan jasa pengiriman. Jadi kami hanya melaksanakan apa yang ada pada aplikasi di komputer saja. Semua aturan tentang harga ya yang tau hanya pusatnya mas. Agen hanya mengikuti dari program di komputernya dari pusat. Dan tentunya dengan pembulatan harga ini juga untuk memperoleh keuntungan.”

Bagaimana pembulatan harga pada kantor pos Dufan ditinjau dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen?

“Untuk pembulatan harga disini, itungannya per gram mbak. Misal jika seseorang mengirim barang dengan berat 550 gram, maka itungannya sudah termasuk 1 kg. jadi di kantor pos ini jika berat barangnya di atas 500 gram, maka itungannya menjadi 1 kg. Di atas 1 kg menjadi 2 kg, di bawah 500 gram itungannya tetap mengikuti gramnya dan kalo di atas 2 kg, itu itungannya memakai volume yaitu per cm(centimeter) dengan harga yang beda tentunya. Biasanya penggunaan Volume ini untuk barang-barang yang besar dan beratnya di atas 2 kg. kalo untuk surat-surat penting atau hape, biasanya akan kami tanyakan dulu ke pengirimnya mau diasuransikan apa nggak.”

2. Konsumen

Subjek : Mas Nizar

Alamat : Jl. Joyosuko No. 41

Waktu : Selasa, 15 Maret 2016

Apakah mas nizar sering melakukan pengiriman barang menggunakan jasa kantor pos?

“jarang mbak, hanya kadang-kadang saja”.

Apakah anda mengetahui bagaimana proses pengiriman barangnya?

“yang syaa ketahui hanya tinggal menjelaskan tujuan pengiriman kemudian membayarnya mbak”.

Terkait pembayarannya, apa sudah tahu apabila ada pembulatan tarifnya?

“tidak mbak, saya hanya membayar sesuai apa yang tertulis pada saat saya melakukan transaksinya.”

Ketika anda mengetahui ada pembulatan tarif yang semula beratnya 600 gram anda harus membayar sesuai ketentuan 1 kg, Bagaimana pendapat anda?

“jadi seperti ini mbak. Pendapat saya mengenai hal ini, saya merasa rugi mbak. Jika seharusnya saya membayar Rp 5000,- menjadi Rp 9000,-. Tetapi sepengalaman saya ketika mengirim barang, karyawan menimbang dulu barangnya mbak dan saya tahu berat awalnya. Kemudian karyawannya menuliskan pembulatan tersebut. Saya sebenarnya agak keberatan tapi ya selama tidak terlalu mahal ya tidak apa-apa mbak.”

Setelah mengetahui hal tersebut apa anda merasa keberatan dengan adanya pembulatan tarif?

“begini mbak, selama tidak terlalu mahal dan memberatkan saya itu tidak apa-apa. Karena saya juga membutuhkan jasa tersebut untuk mengirimkan barang saya, ya intinya jangan ada salah satu pihak yang merasa dirugikan saja mbak.”

Foto Saat Wawancara



