

PENYELESAIAN SENGKETA KONSUMEN SEBAGAI WUJUD PERLINDUNGAN KONSUMEN MUSLIM

Ashabul Kahpi

Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

Email: ashabulkahpi1001@gmail.com

Abstrak

Perkembangan perkonomi dunia dewasa ini turut pula membawa peningkatan pada tren ekonomi syariah. Bersamaan itu pula, peluang terjadinya sengketa (*dispute*) yang timbul dari hubungan bisnis tersebut juga akan banyak terjadi, diantaranya adalah potensi permasalahan yang terkait dengan sengketa produsen dan konsumen terhadap produk-produk bisnis syari'ah. Perlindungan konsumen, berikut sengketa konsumen merupakan bagian tak terpisahkan dari kegiatan bisnis yang sehat, yang menghendaki adanya keseimbangan perlindungan hukum antara konsumen dengan produsen. Di Indonesia, aturan mengenai hal tersebut telah dituangkan ke dalam berbagai undang-undang beserta peraturan lainnya, akan tetapi masih dilakukan secara parsial sehingga tidak dirasakan sebagai perlindungan konsumen muslim dan tidak secara jelas menyebutkan perlindungan konsumen muslim. Termasuk dalam hal ini adalah persoalan penyelesaian sengketa konsumen yang pada prinsipnya terdapat di dalam syariat Islam. Bahwa penyelesaian sengketa ekonomi syariah (khususnya perbankan syariah) telah menjadi kewenangan absolut peradilan agama, hanyalah merupakan salah satu bentuk sengketa di antara jenis sengketa konsumen muslim.

Kata kunci : Perlindungan hukum, sengketa, konsumen muslim

Abstract

The development of the world economy today also brings an increase in sharia economic trends. At the same time, there will also be many opportunities for disputes arising from these business relationships, including potential problems related to the disputes between producers and consumers of Shari'ah business products. Consumer protection, following consumer disputes are an integral part of healthy business activities, which requires a balance of legal protection between consumers and producers. In Indonesia, the regulation regarding this matter has been stated in various laws along with other regulations, but it is still done partially so that it is not felt as a protection for Muslim consumers and does not clearly mention the protection of Muslim consumers. Included in this matter is the issue of consumer dispute resolution which in principle is contained in Islamic law. That sharia economic dispute resolution (especially sharia banking) has become the absolute authority of the religious court, is only one form of dispute among the types of disputes of Muslim consumers.

Keywords: Legal protection, disputes, Muslim consumers

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan industri memunculkan satu era yang disebut dengan Era Pasar Bebas. Hal ini menyebabkan persaingan antara para pelaku usaha untuk menarik para konsumen semakin massif, misalnya dengan cara promosi besar-besaran. Kegiatan tersebut dilakukan dengan memanfaatkan setiap media yang memungkinkan untuk itu. Baik berupa elektronik yang tersedia seperti iklan televisi, radio, Internet, ataupun media-media sosial lainnya. Banyaknya tawaran barang dan jasa melalui promosi tersebut di sisi lain memberi banyak manfaat bagi konsumen karena segala kebutuhan mereka akan semakin mudah terpenuhi. Namun demikian, di sisi lain hal ini menempatkan konsumen pada posisi yang lemah, karena konsumen menjadi objek para pelaku usaha untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya.

Sebagai negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam¹, maka Indonesia dituntut untuk menempatkan permasalahan penyediaan dan ketersediaan produk-produk (barang dan jasa) berstandar syar'iy (halal) pada posisi penting. Perlindungan dan jaminan hukum atas keharaman atau kehalalan suatu produk yang dikonsumsi atau dipergunakan oleh masyarakat muslim di Indonesia adalah hak individu sekaligus hak sebagai warga negara, oleh sebab itu, baik produksi dalam negeri maupun produk impor, adalah menjadi kewajiban dan tanggung jawab pemerintah untuk memberikan rasa aman dan ketentraman bagi konsumen dalam mengkonsumsi atau menggunakan berbagai produk olahan, termasuk produk yang berupa jasa².

Secara normatif, hak-hak konsumen terakomodir di dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Salah satu hak yang terakomodir adalah hak atas informasi yang jelas dan jujur tentang kondisi dan jaminan barang yang akan dikonsumsi. Secara tersirat, ketentuan ini juga mengakomodir jaminan bagi konsumen untuk mengetahui apakah pangan yang akan dikonsumsi atau jasa yang hendak dimanfaatkan masuk dalam kategori 'halal' atau tidak. Asumsinya bahwa mayoritas konsumen di Indonesia adalah muslim, dengan begitu tuntutan untuk memenuhi hak informasi halal dan haram

¹ Berdasarkan data Proyeksi Penduduk Badan Statistik 2017 yaitu 228.608.665

² Ashabul Kahpi, *Aspek Hukum Perlindungan Konsumen Muslim di Indonesia*, Jurnal Jurisprudentie, Vol. 5, No. 2. Jurusan Ilmu Hukum UIN, Juni 2018. h. 48-49

produk maupun jasa, dari hari ke hari semakin tinggi. Oleh sebab itu, menurut Ujang³, bahwa kebutuhan dan pengetahuan konsumen terhadap suatu produk sangat penting artinya dalam proses pratransaksi agar konsumen mendapatkan manfaat dan tidak dirugikan oleh suatu produk

Keberagamnya produk yang ditawarkan di satu sisi, serta persaingan, motif usaha yang bertumpu pada profit di sisi lain, kadangkala menjadikan para pelaku usaha melupakan etika dan tata cara berdagang yang sehat. Tindakan-tindakan yang keluar dari jalur etika bisnis yang sehat tersebut menyebabkan timbulnya kerugian pada pihak lain, yang tentu saja dalam hal ini adalah konsumen. Hal tersebut tidak menutup kemungkinan akan menimbulkan suatu sengketa yang diakibatkan adanya pihak yang merasa dirugikan (konsumen). Perbedaan paham, perselisihan pendapat, pertentangan maupun sengketa tersebut tidak dapat dibiarkan berlarut-larut dan harus segera diselesaikan, yang hasilnya nanti diharapkan dapat memuaskan kedua belah pihak (pelaku usaha dan konsumen).

Oleh karena itu menurut Susanti⁴, sangat dibutuhkan upaya pemberdayaan konsumen melalui undang-undang maupun aturan lain yang dapat memberikan perlindungan terhadap konsumen serta dapat diterapkan secara efektif dimasyarakat, di samping kemudahan dalam proses penyelesaian (perkara) sengketa konsumen yang timbul karena kerugian harta benda, kesehatan bahkan jiwa dalam pemakaian atau penggunaan maupun pemanfaatan produk/jasa oleh konsumen.

Sejalan dengan hal tersebut, Didukung oleh perkembangan politik dan ekonomi di Indonesia, maka lahirlah UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang disahkan oleh Presiden pada tanggal 20 April 1999 dan berlaku efektif tanggal 20 April 2000. Undang-undang diharapkan mampu melindungi kepentingan konsumen secara terpadu serta dapat terimplementasi secara efektif di masyarakat. Di samping itu pula kesetaraan dan kesederajatan antara pengusaha dan konsumen dapat terwujud secara nyata. Sebab pelaku usaha tidak akan bermakna tanpa adanya konsumen.

³ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, (Bogor, Ghalia, 2011), h. 158

⁴ Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*, (Jakarta; Pranada Media Group, 2011), h. 7

Salah satu masalah yang mendasar yang diatur UUPK adalah ketentuan mengenai penyelesaian sengketa konsumen. Untuk menyelesaikan sengketa konsumen, Pasal 45 Ayat (1) UUPK memberikan dua pilihan yaitu menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum. Hal ini menjadi penting, mengingat bahwa perlindungan terhadap konsumen akan sulit terwujud jika tidak tersedia kanal-kanal yang dapat dilalui jika terjadi benturan kepentingan atau sengketa, sebab pihak yang terkadang paling dirugikan adalah konsumen.

Terkait hal tersebut, permasalahan yang dihadapi oleh konsumen muslim ternyata tidak sesederhana permasalahan yang dihadapi oleh konsumen lain, sebab produk yang dikonsumsi/dipergunakan harus sesuai dengan standar dan kriteria yang ditetapkan oleh agama yang meliputi *halalan, thayyiban, mubarakah*. Oleh karenanya hukum perlindungan konsumen di Indonesia haruslah istimewa dan memang sangat dibutuhkan untuk menghindarkan konsumen dari kerugian akibat ulah pelaku usaha⁵.

PEMBAHASAN

Di awal-awal tahun 1970 isu tentang perlunya perlindungan terhadap konsumen sudah diwacanakan, yang ditandai dengan lahirnya Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) pada bulan Mei tahun 1973. Pada awalnya yayasan ini hadir berkaitan dengan adanya kekhawatiran terhadap segala bentuk promosi yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk memperlancar distribusi barang-barang dalam negeri. Atas desakan dari masyarakat, kegiatan promosi harus diimbangi dengan langkah-langkah pengawasan agar masyarakat tidak dirugikan dan kualitas barangnya terjamin. Desakan masyarakat untuk melindungi dirinya dari barang dan/atau jasa yang rendah mutunya telah memacu untuk memikirkan secara sungguh-sungguh usaha melindungi konsumen serta mulailah gerakan untuk merealisasikan cita-cita itu.⁶ Selanjutnya wujud nyata aturan terkait perlindungan konsumen adalah lahirnya UU No. 8 tahun 1999 (UUPK), yang kemudian mengamankan pembentukan Badan Perlindungan Konsumen

⁵ Ashabul Kahpi, *Aspek Hukum*, h. 60

⁶ Gunawan Wijaya dan Ahmad Yani, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: GramediaPustaka Utama, 2000), h. 15-16

Nasional⁷ dan juga membentuk Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen⁸, berikut tugas dan wewenangnya⁹.

Namun demikian, perkembangan dunia industri dan perekonomian memunculkan permasalahan-permasalahan baru, berikut pemikiran-pemikiran dan tuntutan sehubungan dengan perlindungan konsumen. Bahwa kalangan umat Islam yang merupakan umat mayoritas di Indonesia menghendaki adanya bentuk perlindungan yang secara khusus mengakomodir norma-norma ke-Islaman, termasuk di dalamnya adalah masalah penyelesaian sengketa. Beberapa upaya yang mungkin dapat disebutkan adalah kehadiran Badan Arbitrase Muamalat Indonesia BAMUI pada tahun 1993, yang kemudian menjelma menjadi Badan Arbitrase Syariah Nasional (Basyarnas) pada bulan Desember 2003.

Dapat pula disebutkan, adalah perubahan atas UU No. 7 Tahun 1989 Tentang Peradilan Agama menjadi UU No. 3 Tahun 2006 (UUPA), yang dalam salah satu pasalnya memperluas cakupan kewenangan bagi Pengadilan Agama (PA) untuk menangani sengketa ekonomi syariah¹⁰, meski hal ini dianggap “agak terlambat”¹¹, juga masih membutuhkan pengembangan dan pengaturan lebih lanjut terkait penyelesaian sengketa konsumen muslim secara umum.

Oleh sebab itu permasalahan yang hendak dimunculkan adalah, terkait aturan aturan yang mengatur permasalahan perlindungan konsumen berikut penyelesaian sengketa konsumen, dan apakah aturan tersebut dapat dipergunakan dan diterapkan di dalam mengatasi permasalahan konsumen muslim di Indonesia ?

A. Penyelesaian Sengketa Konsumen Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen

Apa/siapa yang dimaksud dengan “konsumen”? Menurut Zulham¹², sebelum tahun 1999, hukum positif di Indonesia belum mengenal istilah konsumen, meski beberapa istilah telah dikaitkan pengertiannya dengan (sebagai) konsumen. Istilah

⁷ Bab VIII, Pasal 31 UUPK

⁸ Pasal 49 UUPK

⁹ Pasal 52 UUPK

¹⁰ Pasal 49 UUPA

¹¹ Amran Suadi, *Penyelesaian Sengketa Ekonomi Syariah, Teori & Praktik*, (Jakarta; Kencana, 2017), h. 48

¹² Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta; Prenadamedia, 2013), h. 13-14

tersebut, antara lain adalah “pengguna jasa”¹³, atau setiap orang “pemakai, pengguna dan/atau pemanfaat jasa”¹⁴. Sementara Kitab Undang-undang Hukum Perdata (KUH Perd) menyebut istilah pembeli, penyewa, penerima hibah, peminjam. Meski istilah konsumen disebutkan dalam TAP MPR No. II/MPR/1993 terkait sasaran bidang perdagangan, akan tetapi istilah konsumen tersebut tidak disertai penjelasan.¹⁵

Konsumen mengandung pengertian yang sangat luas. Secara harfiah, kata konsumen berasal dari bahasa Inggris-Amerika dari kata *consumer* atau dari bahasa Belanda dari kata *consument*. Pengertian dari *consumer* atau *consument* itu tergantung dalam posisi mana ia berada. Secara kebahasaan, arti kata *consumer* itu adalah lawan dari produsen, yaitu setiap yang menggunakan barang dan jasa.¹⁶ Tujuan penggunaan barang inilah yang akhirnya akan menentukan pengelompokan konsumen. Konsumen (*consumer*) berarti orang yang melakukan konsumsi. Secara bahasa, konsumsi berarti rusak, menghabiskan, menyita, memakan atau meminum habis, dan menghamburkan. Dalam Kamus Bahasa Indonesia, konsumsi berarti pemakaian hasil barang produksi. Oleh sebab itu, konsumen dalam hal ini adalah orang menikmati kegunaan suatu barang atau jasa untuk dirinya, bukan untuk dijual atau diolah atau dikerjakan kembali. Disebutkan dalam UUPK, pasal 1, nomor 2, definisi konsumen adalah, ”Setiap orang pemakai barang, atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, orang lain, maupun makhluk yang lain dan tidak untuk diperdagangkan”.

Dalam Islam, belum didapatkan pengertian konsumen secara definitif, akan tetapi Islam telah menyajikan pembahasan pembahasan terkait karakteristik perilaku dalam mengkonsumsi, maupun teori konsumsi. Teori, karakteristik, maupun tujuan konsumsi, dalam arti pendekatan dan cara-cara seorang muslim memenuhi kebutuhan hidupnya inilah yang menurut Abdul Mannan¹⁷ membedakan antara ilmu ekonomi konvensional dan ilmu ekonomi Islam. Bahwa dalam ekonomi konvensional, tampak tidak dibedakan antara keinginan dan

¹³ Republik Indonesia, *Undang-undang No. 14 Tahun 1992 Tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan*, Pasal 1 angka 10

¹⁴ Republik Indonesia, *Undang-undang No.23 Tahun 1992 Tentang Kesehatan*

¹⁵ Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian*, h. 60

¹⁶ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen; Suatu Pengantar*, (Yogyakarta: Daya Widya,1999), h. 3. Juga Rosmawati, *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta; Prenadamedia, 2018), h. 2

¹⁷ Isnaini Harahap, dkk, *Hadis-hadis Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2015), h. 155

kebutuhan dalam hal konsumsi, sementara Imam al Gazali tampak memberikan perbedaan yang jelas antara keinginan (*raghbah, syahwat*) dan kebutuhan (*Hajat*)¹⁸.

Meski demikian Muhammad dan Alimin, mencoba memberikan definisi “konsumen” berdasar pada konsep dan pandangan Islam terhadap harta, hak dan kepemilikan, yang sesuai dengan prinsip-prinsip perlindungan konsumen dalam Islam. Lebih lanjut dikemukakan bahwa konsumen dalam hukum ekonomi Islam tidak hanya terbatas pada orang perseorangan saja, akan tetapi juga mencakup badan-badan hukum, semisal yayasan, perusahaan atau lembaga tertentu¹⁹. Berbeda dengan pengertian UUPK yang menyatakan konsumen hanyalah “orang”. Padahal hukum positif yang berlaku di Indonesia maupun literatur-literatur hukum menyamakan “orang” dan “badan hukum” sebagai subjek hukum.

Secara umum upaya-upaya yang telah dilakukan oleh pemerintah sebagai bentuk perwujudan perlindungan konsumen muslim dapat dilihat dari munculnya berbagai produk hukum. Selain UUPK itu sendiri, tercatat beberapa undang-undang dan aturan lainnya yaitu; UU No. 7 Tahun 1996 Tentang Pangan. Jo Undang-Undang No. 18 Tahun 2012 Tentang Pangan. Undang-undang No. 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal, PP No. 69 Tahun 1999 Tentang Label dan Iklan Pangan, termasuk pedoman-pedoman labelisasi dan sertifikasi “halal”. Juga bermunculannya berbagai badan maupun lembaga bernuansa Islam (syariah) dapat dikatakan sebagai bagian dari upaya tersebut.

UU Perlindungan Konsumen menjelaskan bahwa, perlindungan konsumen merupakan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen²⁰. Kepastian hukum itu meliputi segala upaya untuk memberdayakan konsumen memperoleh atau menentukan pilihannya atas barang dan/atau jasa kebutuhannya serta mempertahankan atau membela hak-haknya apabila dirugikan oleh perilaku pelaku usaha penyedia kebutuhan konsumen tersebut. Selanjutnya norma-norma yang dikandung dalam UUPK ini digunakan sebagai rujukan untuk menentukan kriteria dugaan terjadinya pelanggaran hak-hak konsumen, berikut solusi bagi penyelesaian perkara sengketa konsumen yang timbul akibat pelaksanaannya²¹

¹⁸ Fahmi Medias, *Ekonomi Mikro Islam* (Magelang, Unimma Press, 2018) ,h. 28

¹⁹ Zulham, *Hukum Perlindungan..*, h. 18

²⁰ Pasal 1 angka 1 UUPK

²¹ Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian..*, h. 8

Zulham²² mengemukakan bahwa perlindungan konsumen adalah istilah yang dipergunakan untuk menggambarkan perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya memenuhi kebutuhannya (dan) dari hal-hal yang (dapat) merugikan konsumen itu sendiri. Adapun cakupannya menurut Adrianus Meliala dapat dibedakan menjadi 2 aspek yaitu:²³

- a. Perlindungan terhadap kemungkinan barang yang diserahkan kepada konsumen tidak sesuai dengan apa yang telah disepakati;
- b. Perlindungan terhadap diberlakukannya syarat-syarat yang tidak adil bagi konsumen.

Ahmad Miru menyatakan bahwa secara garis besar, perlindungan konsumen dibagi atas tiga bagian yaitu :

- a. Hak yang dimaksudkan untuk mencegah konsumen dari kerugian, baik kerugian personal, maupun kerugian harta kekayaan.
- b. Hak untuk memperoleh barang dengan harga yang wajar
- c. Hak untuk memperoleh penyelesaian (sengketa) yang patut terhadap permasalahan yang dihadapi²⁴

Kehadiran dari perlindungan konsumen adalah untuk menciptakan rasa aman bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Adapun kerangka umum mengenai sendi-sendi pokok perlindungan konsumen, yaitu:

- a. Kesederajatan antara konsumen dan pelaku usaha;
- b. Konsumen mempunyai hak;
- c. Pelaku usaha mempunyai kewajiban;
- d. Pengaturan tentang perlindungan konsumen berkontribusi pada pembangunan nasional;
- e. Perlindungan konsumen dalam iklan bisnis sehat;
- f. Keterbukaan dalam promosi barang dan jasa;
- g. Pemerintah perlu berperan aktif;
- h. Masyarakat juga perlu berperan serta;

²² Zulham, *Peran Negara Dalam Perlindungan Konsumen Muslim Terhadap Produk Halal*, (Jakarta; Kencana, 2018), h. 50

²³ Zulham, *Hukum Perlindungan..*, h. 22

²⁴ Ahmadi Miru. *Prinsip-prinsip perlindungan bagi Konsumen di Indonesia*. (Jakarta; Rajawali Pers.2011), h.180

- i. Perlindungan konsumen memerlukan terobosan hukum dalam berbagai bidang;
- j. Konsep perlindungan konsumen memerlukan pembinaan sikap.²⁵

Berdasar pada paparan tersebut, diketahui kiranya bahwa salah satu cakupan dari bentuk perlindungan terhadap konsumen adalah memberikan kepastian hukum, baik ketika konsumen mengkonsumsi, menggunakan, memakai, memanfaatkan barang /jasa sampai pada kepastian hukum terhadap akibat akibat yang (mungkin) ada pada saat dan setelah memanfaatkan barang maupun jasa. Dalam artian meliputi setiap proses konsumsi, yang dimulai sejak memilah maupun memilah barang (misalnya dengan mengatur iklan/promosi), sampai dengan hak untuk mengajukan keberatan dan mengajukan gugatan atas kerugian yang di derita oleh konsumen, hingga ketahapan penyelesaiannya.

Dalam memperoleh penyelesaian yang patut tersebut, UUPK melalui Bab X memuat ketentuan tentang penyelesaian sengketa. Meskipun UUPK tidak menjelaskan apa yang dimaksud dengan sengketa, akan tetapi dapat difahami bahwa “penyelesaian sengketa” adalah “penyelesaian sengketa konsumen” sebagai yang disebutkan dalam pasal 45 ayat (2), dan Pasal 4 huruf e menyebutnya dengan “sengketa perlindungan konsumen”²⁶. Adapun pengertian yang dapat dijadikan acuan, terdapat dalam Surat Keputusan No. 350/MPP/Kep/12/2001. Dalam Surat Keputusan ini menyatakan “sengketa antara pelaku usaha dengan konsumen yang menuntut ganti rugi atas, kerusakan, pencemaran dan/atau yang menderita kerugian akibat mengkonsumsi barang atau memanfaatkan jasa”

Dalam hubungan antara pelaku usaha/produsen dan konsumen, yang sering terjadi adalah tuntutan yang dilakukan oleh konsumen yang hak-haknya terabaikan atau akibat kerugian yang diderita konsumen oleh suatu produk barang/jasa. Rosmawati menyatakan sengketa sebagai adanya ketidak serasian antara pribadi-pribadi maupun kelompok yang mengadakan hubungan (konsumen dan produsen) karena hak salah satu pihak terlanggar.²⁷ Dilihat dari hubungan tersebut (konsumen dan produsen) adalah hubungan perdata, dan oleh karena itu

²⁵ Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Cet. I, (Jakarta; Visimedia, 2008), h. 4.

²⁶ Pasal 4 huruf e UUPK menyatakan “hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa konsumen secara patut”

²⁷ Rosmawati, *Pokok-Pokok Hukum..*, h. 41

perlindungan hukum konsumen termasuk penyelesaiannya lebih sering dilihat sebagai bagian hukum perdata, misalnya ganti kerugian.

Akan tetapi mengingat dewasa ini permasalahan perlindungan konsumen dan sengketa konsumen melibatkan pemerintah untuk mengaturnya, terutama dalam aspek penegakan hukum dan penerapan sanksi administratif maupun pidana, maka pernyataan tersebut kurang tepat. Dalam pandangan A.Z Nasution, sengketa konsumen adalah sengketa antara pelaku usaha (baik dalam hukum publik atau hukum privat) tentang produk barang tertentu yang dikonsumsi konsumen, dan atau jasa yang ditawarkan produsen²⁸. Di samping itu, semua norma perlindungan konsumen dalam UUPK memiliki sanksi pidana.²⁹

Sebagaimana dikemukakan sebelumnya, UUPK dihadirkan untuk mewujudkan kepastian hukum dan perlindungan hukum terhadap konsumen, dan salah satunya melalui Bab X yang memuat ketentuan tentang sengketa konsumen. Oleh sebab itu, permasalahan yang coba dikemukakan dalam hal ini menurut Toto Tahir³⁰ setidaknya meliputi 3 hal yaitu :

- a. Masalah prinsip ganti rugi yang di dalamnya mencakup sistem pembuktian
- b. Masalah lembaga tempat penyelesaian sengketa, termasuk di dalamnya peranan lembaga-lembaga di luar pengadilan, dan
- c. Cara mengajukan tuntutan hak (gugatan) apakah harus individual atau boleh berkelompok (*class action*)

Selanjutnya, dalam pandangan Rosmawati, dengan melihat muatan UUPK itu sendiri tampak bahwa sengketa konsumen bukanlah sengketa dalam arti luas, yang mencakup hukum pidana dan hukum administrasi negara, karena dalam UUPK cara dan proses penyelesaian sengketa bersifat ganda dan alternatif. Makna ganda disini adalah, terdapat berbagai sistem penyelesaian sengketa, yaitu ;³¹

²⁸ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen..*, h. 46

²⁹ Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian..*, h. 132

³⁰ Toto Tahir, *Kemungkinan Gugatan Class Action Dalam Upaya Perlindungan Hukum Pada Era Pasar Bebas*, dalam Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Bandung; Mandar Maju, 2000), h. 69

³¹ Rosmawati, *Pokok-Pokok Hukum..*, h. 42

- a. Penyelesaian sengketa perdata di pengadilan (Pasal 45 dan 48)
- b. Penyelesaian sengketa perdata di luar pengadilan (*alternative dispute resolution*), (Pasal 45, 46, 47)
- c. Penyelesaian perkara secara pidana /*criminal court resolution* (Pasal 59, 61, s/d 63)
- d. Penyelesaian perkara secara administratif/*administratif court resolution* (Pasal 60)

Bagi Konsumen, penyelesaian sengketa dalam mempertahankan hak-haknya diatur pada Pasal 45 UUPK, yang menyebutkan bahwa penyelesaian sengketa dapat ditempuh melalui pengadilan atau luar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa. Penyelesaian sengketa di luar pengadilan dapat ditempuh melalui BPSK yang tugas dan wewenangnya antara lain meliputi pelaksanaan penanganan dan penyelesaian sengketa konsumen dengan cara melalui mediasi, arbitrase atau konsiliasi, yang selain sebagai media penyelesaian sengketa juga dapat menjatuhkan sanksi administratif bagi pelaku usaha yang melanggar larangan-larangan tertentu yang dikenakan bagi pelaku usaha.

Secara garis besar penyelesaian sengketa konsumen sebagai yang terdapat pada UUPK meliputi :

- a. Penyelesaian sengketa di luar pengadilan berupa;
 - 1) Penyelesaian secara damai oleh para pihak
 - 2) Penyelesaian melalui BPSK (konsiliasi, mediasi, arbitrase)
- b. Penyelesaian sengketa melalui proses pengadilan,
 - 1) Pengajuan gugatan secara perdata di Peradilan Umum
 - 2) Penyelesaian sengketa secara pidana
 - 3) Penyelesaian sengketa melalui instrumen PTUN dan mekanisme Hak Uji Materiil³²

B. Sengketa Konsumen dalam Pandangan Islam

Dilihat dari perbandingan antara definisi ekonomi dalam Islam dengan ekonomi umum, akan tampak bahwa acuan Islam pada perlindungan konsumen lebih konkrit dan tegas daripada ditawarkan oleh sistem ekonomi umum. Sebagai contoh, metode induktif (*al-manhaj al-istinbathi*) ekonomi umum menyatakan bahwa manusia adalah "makhluk ekonomi", kemudian pernyataan umum ini akan

³² Selengkapnya lihat, Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian...*, h. 98 - 146

menghasilkan konklusi terhadap konsumen bahwa ia akan berusaha memenuhi kebutuhannya, dengan mencapai kenikmatan yang paling besar dan sebisa mungkin menjauhkan diri dari kesusahan. Padahal ilmu ekonomi umum tidak akan memperhatikan bentuk pemenuhan kebutuhan tersebut, apakah ia halal atau haram, apakah ia baik ataukah keji (*fahsya, bathil, sa-a sabiil, khabaa'is, rijsun, khamara, darar, najis munkar dll*). Terhadap produsen, dalam aktivitas ekonominya ia akan berusaha merealisasikan untung sebesar-besarnya dengan mengeluarkan pengeroban (ongkos) sekecil mungkin, sedangkan mereka tidak akan mempertimbangkan apakah ia bermuatan eksploitasi terhadap pihak lain ataukah berada dalam koridor keadilan.³³

Dalam beberapa literatur Islam agak sulit menemukan pengertian istilah “konsumen”, meski demikian para pembahas ekonomi Islam, menggunakan istilah konsumen yang senantiasa dikaitkan dengan konsep-konsep ekonomi Islam secara umum. Beberapa istilah yang sering menjadi topik bahasan yang dapat dimaknai dengan konsumen antara lain adalah “pembeli, pemakai, penyewa dan lain sebagainya. Meski demikian ada beberapa definisi konsumen yang coba diberikan oleh beberapa penulis, misalnya Muhammad dan Alimin³⁴. Menurut mereka, dalam sistem ekonomi Islam, konsumen diartikan sebagai “setiap orang, kelompok atau badan hukum pemakai suatu harta benda atau jasa karena adanya hak yang sah, baik ia dipakai untuk pemakaian akhir ataupun untuk proses produksi selanjutnya”.

Defenisi yang diberikan oleh Muhammad dan Alimin tersebut berangkat dari konsep ekonomi Islam terhadap harta, hak dan kepemilikan dengan transaksi atau tidak, yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam, dan istilah konsumen dalam hukum ekonomi Islam ini tidak terbatas pada orang-perorangan saja, tapi mencakup suatu badan hukum (*al-syakhshiyat al-ma'nawiyah*) seperti yayasan wakaf atau perusahaan dan lembaga tertentu.³⁵ Jika dibandingkan dengan definisi yang diberikan oleh UUPK yang maka terdapat perbedaan, sebab yang dimaksud

³³ Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), h. 4.

³⁴ Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi UGM, 2004), h. 129

³⁵ Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan..*, h. 129-130

konsumen dalam UUPK hanyalah “orang”, sehingga badan hukum (adalah subjek hukum bersama “orang) tidak termasuk sebagai konsumen. Meski demikian dengan adanya kata” pemakai” yang dipergunakan dalam UUPK Pasal 1 nomor 2 secara substansial menunjukkan hal yang sama pada pengertian menurut ekonomi Islam.

Dalam Islam “pamakaian” atau konsumsi tidak hanya berasal dari sebuah transaksi tukar menukar, namun banyak mencakup aspek lain seperti posisi konsumen terhadap barang-barang konsumsi yang mansuia (dapat) berserikat padanya seperti air, api dan garam, oleh sebab itu seseorang tidak berhak menahan sumber-sumber ekonomi umum atas manusia lainnya. Zulham³⁶ mengemukakan bahwa, kata “pemakai” dalam teori ekonomi Islam tidak hanya berasal dari transaksi jual beli atau tukar menukar, namun juga mencakup aspek lain seperti zakat, hibah, hadiah, sedekah, dan konsumen lingkungan. Dengan demikian dalam teori ekonomi Islam konsep perlindungan konsumen meliputi semua hal tersebut di atas.

Lebih jauh lagi, dalam hukum ekonomi Islam tidak ada bedanya antara pemakai akhir (*final consumer*) dengan pemakai medium (*intermediary consumer*). Para ahli hukum Islam juga tidak membedakan harta antara barang konsumsi (*consumer's goods*), barang produksi (*producer's goods*) dan barang perantara (*intermediate goods*), sebagaimana yang terdapat dalam ilmu ekonomi konvensional (kapitalis). Hal ini membawa pengaruh pada definisi konsumen (*al-mustahlik*) yang harus dilindungi dalam Islam karena konsumen dalam Islam termasuk semua pemakai barang, apakah barang itu dipakai langsung sehingga habis atau ia dijadikan sebagai alat perantara untuk produksi selanjutnya karena keadilan adalah milik semua orang, baik ia berkedudukan sebagai individu, kelompok atau publik.

Substansi perlindungan konsumen sebagai yang termuat dalam UUPK merupakan perlindungan yang berlaku secara umum meliputi segenap rakyat Indonesia tanpa melihat agama yang dianutnya. Adapun muatan UUPK di antaranya terkait hak dan kewajiban baik bagi pelaku usaha maupun konsumen, serta larangan-larangan (barang dan jasa) bagi pelaku usaha, dianggap telah berkesesuaian dengan prinsip-prinsip Islam. Namun demikian, mengingat bahwa mayoritas masyarakat Indonesia adalah umat Islam, maka diperlukan bentuk-bentuk perlindungan hukum lainnya yang khusus melindungi konsumen muslim.

³⁶ Zulham, *Hukum Perlindungan..*, h. 19

Terkait hal tersebut, permasalahan yang dihadapi oleh konsumen muslim ternyata tidak sesederhana permasalahan yang dihadapi oleh konsumen lain, sebab produk yang dikonsumsi/dipergunakan harus sesuai dengan standar dan kriteria yang ditetapkan oleh agama yang meliputi *halalan, thayyiban, mubarakah*, di samping adanya wilayah *syubhat*³⁷. Menurut Ahmad Miru, bahwa Upaya memberikan perlindungan konsumen dari produk haram telah dilakukan dalam berbagai peraturan perundang-undangan, hanya saja masih dilakukan secara parsial sehingga tidak dirasakan sebagai perlindungan konsumen muslim karena nama peraturan perundang-undangan tersebut tidak secara jelas menyebutkan perlindungan konsumen muslim³⁸, oleh karena itu dibutuhkan undang-undang maupun aturan yang substansinya mengatur persoalan konsumen muslim termasuk sengketa konsumen muslim

Sesungguhnya, pondasi perlindungan konsumen dalam Islam telah dibangun oleh Rasulullah Muhammad saw. saat beliau berdagang. Keramahan, kejujuran, amanah, tanggung jawab sebagai pelaku usaha (*professional liability*) dan terhadap produk/barang dagangannya (*product liability*) merupakan sikap dan cara yang telah ditunjukkan oleh beliau pada saat itu. Dengan demikian kita dapat mengambil contoh dan sikap tersebut sebagai prinsip-prinsip dalam berniaga sekaligus prinsip perlindungan terhadap konsumen. Zulham³⁹ mengemukakan, setelah hijrahnya Rasul ke Madinah, berbagai prinsip ekonomi yang tidak adil dan tidak jujur telah dihapuskan dan dilarang. Meski pada zaman Rasulullah belum dikenal istilah “perlindungan konsumen”, namun telah dikenal praktek-praktek perdagangan yang dapat dimasukkan sebagai bentuk perlindungan. Telah ada aturan terkait hak-hak konsumen dari perbuatan curang, hak atas kesehatan dan keselamatan, hak untuk memilih, dan hak advokasi dan penyelesaian perselisihan/sengketa.

Setelah masa Rasulullah hingga kini, sendi-sendi tersebut selanjutnya dibahas dalam berbagai kitab dalam bidang *mu'alamat* yang sarat dengan perlindungan konsumen, dan hal ini merupakan sebuah khazanah yang dapat dijadikan sebagai

³⁷ *Syubhat*, atau Subhat merupakan istilah di dalam Islam yang menyatakan tentang keadaan yang samar tentang [kehalalan](#) atau keharaman dari sesuatu. Sering kali dibutuhkan [fatwa](#) dan [ijtihad ulama](#) untuk menentukan status hukumnya. <https://id.wikipedia.org/wiki/Syubhat>

³⁸ <https://hukumperdataunhas.wordpress.com/2013/11/25/152/>. Diakses tanggal 20 Juni 2019

³⁹ Zulham, *Peran Negara Dalam...*, h. 11-12

sumber hukum untuk perlindungan konsumen kontemporer, baik berupa hukum-hukum yang sudah terperinci ataupun hukum-hukum yang bersifat umum (*qaidah kulliyah*) yang dapat diterapkan pada setiap tempat dan zaman. Untuk melindungi para konsumen, maka dalam fikih Islam dikenal berbagai perangkat istilah hukum, seperti pelarangan *ba'i al-gharar* (jual beli mengandung tipuan), pemberlakuan hak *khiyar* (hak untuk melangsungkan atau membatalkan transaksi karena alasan diterima), beberapa hal yang merusak kebebasan transaksi seperti adanya *al-ghalt* (tidak adanya persesuaian dalam hal jenis atau sifat barang) dan *al-ghu'bu* (adanya tipuan yang disengaja) dan masih banyak lagi lainnya.

Berdasarkan pada prinsip itu pula, dirumuskanlah langkah perlindungan konsumen yang sangat ditekankan dalam sistem ekonomi Islam yaitu :⁴⁰

- a. Perlindungan dari Pemalsuan dan
- b. Perlindungan dari Informasi Tidak Benar
- c. Perlindungan terhadap Hak Pilih
- d. Perlindungan dari nilai Tukar Tidak Wajar
- e. Perlindungan terhadap Keamanan Produk dan
- f. Hak terhadap Lingkungan Sehat
- g. Perlindungan dari Pemakaian Alat Ukur Tidak Tepat
- h. Perlindungan dari Penyalahgunaan Keadaan
- i. Hak Mendapat Advokasi dan Penyelesaian Sengketa
- j. Hak Mendapat Ganti Rugi Akibat Negatif (cacat) Produk

C. Penyelesaian Sengketa (Ekonomi) Syariah

Pada pembahasan sebelumnya diketahui bahwa, baik UUPK maupun Syariat Islam sama menempatkan advokasi dan penyelesaian sengketa konsumen sebagai bagian dari perlindungan konsumen. Meski pada sebagiannya cara maupun metode yang dipergunakan terdapat perbedaan. Terlebih istilah sengketa konsumen muslim belum menjadi istilah populer dalam khazanah ekonomi Islam. Bisa jadi pengertian istilah konsumen dalam Islam itu sendiri yang agak berbeda dengan istilah konsumen yang umumnya dipergunakan di Indonesia. Akan tetapi terdapat beberapa istilah dalam ekonomi Islam yang dapat dikaitkan dengan jenis

⁴⁰ Dirangkum dari Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan..*, h. 197-231

persengketaan antara konsumen dan pelaku Usaha, misalnya Sengketa Ekonomi Syariah, Sengketa Perbankan Syariah, atau istilah Perkara Ekonomi Syariah⁴¹

Amran Suadi⁴² mengungkapkan bahwa Sengketa ekonomi syariah merupakan suatu pertentangan antara dua pihak atau lebih pelaku ekonomi yang kegiatan usahanya dilaksanakan menurut prinsip dan asas hukum ekonomi syariah, yang (bisa muncul) akibat perbedaan persepsi atas suatu kepentingan dan kepemilikan, menimbulkan akibat hukum dan terdapat sanksi terhadap salah satu pihak. Akan tetapi istilah sengketa ekonomi syariah belum sepenuhnya dapat dianggap telah mewakili atau sama dengan sengketa konsumen muslim. Sebab umumnya substansi yang mendasari terjadinya sengketa ekonomi syariah adalah masalah *aqad*⁴³/ khususnya *aqad syariah*⁴⁴ atau perjanjian, sementara terjadinya sengketa konsumen tidak harus timbul akibat pelanggaran perjanjian antara dua pihak. Oleh sebab itu cakupan sengketa konsumen lebih luas dibandingkan dengan sengketa ekonomi syariah.

Untuk melihat cakupan sengketa ekonomi syariah pada dasarnya dapat dilihat dari jenis kegiatan ekonomi syariah yang menjadi kewenangan absolut pengadilan agama untuk penyelesaiannya. Adapun kewenangan tersebut diatur dalam undang-undang peradilan agama Nomor 7 Tahun 1989 yang diubah dengan UU No. 3 Tahun 2006 dan terakhir dengan UU No. 9 Tahun 2009. Berdasarkan penjelasan Pasal 49 huruf (i), bahwa Peradilan Agama bertugas dan berwenang memeriksa, mengadili dan menyelesaikan perkara di tingkat pertama antara orang-orang yang beragama Islam dalam bidang ekonomi syari'ah yang meliputi: Bank syari'ah, Lembaga keuangan mikro syari'ah, Asuransi syari'ah, Reasuransi syari'ah, Reksadana syari'ah, Obligasi syari'ah dan surat berharga berjangka menengah syari'ah, Sekuritas syari'ah, Pembiayaan syari'ah, Pegadaian syari'ah, Dana pensiun lembaga keuangan syari'ah, dan Bisnis

⁴¹ Mahkamah Agung RI, *Peraturan Mahkamah Agung RI Nomor 14 Tahun 2016 Tentang Tata Cara Penyelesaian Perkara Ekonomi Syariah*

⁴² Amran Suadi, *Penyelesaian Sengketa..*, h. 11

⁴³ Amran Suadi, *Penyelesaian Sengketa..*, h. 7-8

⁴⁴ Bahasan lengkap terkait Sengketa Syariah, lihat Ahmad Mujahidin, *Ruang Lingkup dan Praktik Mediasi Sengketa Ekonomi Syariah*. (Yogyakarta; Deepublish, 2018). Lihat juga Mahkamah Agung RI, *Peraturan Mahkamah..*, Menimbang huruf (a).

syari'ah⁴⁵. Cakupan ini tidak berbeda dengan perkara ekonomi syariah sebagaimana dinyatakan dalam Perma No. 14 Tahun 2016⁴⁶

Akan tetapi dari kriteria sengketa Ekonomi syariah yang menjadi kewenangan absolut Peradilan agama, kemungkinan untuk mewujudkan konsep sengketa konsumen muslim bisa menjadi jelas dan didefinisikan secara tegas. Hal ini dimungkinkan oleh penjelasan Pasal 49 huruf (i) UUPA yang menyebutkan kalimat "... ekonomi syariah... antara lain", dan kata "bisnis syariah". Berdasar pada penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa jangkauan kewenangan PA seharusnya sudah meliputi keseluruhan bidang ekonomi syariah. Hal ini menurut Cik Basir⁴⁷ dapat dipahami dari penjelasan pasal tersebut yang dapat diartikan sebagai setiap perbuatan atau kegiatan usaha (apapun namanya) yang didasarkan pada prinsip syariah (termasuk hubungan konsumen dan produsen). Bukankah nasabah dapat disamakan dengan konsumen, yaitu mereka yang memakai dan/atau menggunakan jasa perbankan/keuangan dan juga diatur di dalam UUPK ?

Selanjutnya, adanya kata "antara lain" yang menunjukkan bahwa 11 jenis yang disebutkan bukan dalam arti limitatif, tetapi hanya sebagai contoh. Di samping itu, mungkin saja ada bentuk-bentuk lain dari ekonomi syari'ah yang tidak dapat atau belum dapat disebutkan ketika merumuskan pengertian ekonomi syari'ah. Sementara maksud dari "bisnis syariah" yang tidak dijelaskan dalam UUPA tersebut tentunya membutuhkan penjelasan lain, misalnya semua hubungan pelaku usaha dan konsumen (karena hubungan ini berada dalam ranah bisnis), sebab adalah tidak mungkin menyamakan pengertian "ekonomi syariah" dengan "bisnis syariah" yang justru menjadi cakupan/sub dari ekonomi syariah itu sendiri.

Oleh sebab itu, adalah sangat dimungkinkan bagi konsumen muslim di Indonesia untuk menyelesaikan sengketa berdasarkan prinsip-prinsip syari'ah Islam. Sebab konsep halal haram yang mendasari konsumsi umat Islam sesungguhnya tidak dapat dijadikan masalah bagi konsumen non muslim, terlebih

⁴⁵ Republik Indonesia, *Undang-undang No.3 Tahun 2006 Tentang PERUBAHAN ATAS UNDANG-UNDANG NOMOR 7 TAHUN 1989 TENTANG PERADILAN AGAMA*

⁴⁶ Mahkamah Agung RI, *Peraturan Mahkamah..* Bab I, Pasal 1 nomor 4

⁴⁷ Cik Basir, *Penyelesaian Sengketa Perbankan Syariah Di Pengadilan Agama dan Mahkamah Syari'ah*, (Jakarta; Kencana, 2009), h. 99

jika penerapan prinsip penyelesaian sengketa konsumen tersebut dibuat untuk umat Islam dengan tidak menutup kemungkinan dapat dipergunakan pula oleh konsumen non muslim. Adapun beberapa prinsip penyelesaian sengketa dalam Islam diantaranya adalah;⁴⁸ perdamaian (*shulhu*) dan *Tahkim*.

KESIMPULAN

Sesungguhnya banyak keuntungan yang diperoleh konsumen dengan diundangkannya UUPK. Di antaranya adalah dijaminnya hak-hak dasar konsumen secara eksplisit, kewajiban produsen, larangan penggunaan klausula baku (standar) oleh produsen yang berpotensi merugikan konsumen, tersedianya jalur litigasi (pengadilan) dan non litigasi dalam hukum acara sengketa konsumen, diaturnya pembentukan Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) maupun Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN). Yang juga cukup menggembirakan dengan adanya UUPK dengan pasal-pasal yang berhubungan dengan *class action*. Perlindungan hukum terhadap konsumen dapat dibagi dalam dua bagian. *Pertama, No Conflict (pre-purchase)*, yaitu apabila tidak terdapat konflik atau tidak ada pertentangan, maka dapat dilakukan dengan dua cara yaitu *legislation*, yaitu perlindungan hukum konsumen dilakukan dengan cara merancang dan menetapkan pelbagai peraturan perundang-undangan dan *Voluntary self-regulation*, yaitu perlindungan konsumen dilakukan melalui cara perancangan dan penetapan peraturan oleh pelaku usaha sendiri secara sukarela (*voluntary*) di dalam perusahaannya (baik barang maupun jasa). *Kedua*, apabila terjadi *Conflict (post-purchase)*. Apabila terjadi konflik atau pertentangan antara konsumen dengan pelaku usaha, maka dapat diselesaikan melalui *litigation*, yaitu perlindungan hukum kepada konsumen, dan yang terakhir adalah mengajukan perkara yang terjadi antara konsumen dengan pelaku usaha ke pengadilan atau ke BPSK, dalam hal terkait dengan konsumen muslim, maka dapat di selesaikan melalui Pengadilan Agama dan Basyarnas

Pada dasarnya perlindungan konsumen yang juga mencakup penyelesaian sengketa dalam syariat Islam telah memadai untuk dapat dijadikan acuan guna menyelesaikan dan mengatasi permasalahan konsumen secara umum tidak hanya bagi konsumen muslim. Sebab dalam prinsip ekonomi syariah penekanannya terdapat pemenuhan dan pelaksanaannya oleh masing masing pihak (konsumen dan produsen), bukan pada sengketa/konflik. Di samping itu permasalahan sengketa

⁴⁸ Amran Suadi, *Penyelesaian Sengketa Ekonomi Syariah, Penemuan & Kaidah Hukum*, (Jakarta; Kencana, 2017), h. 47

yang timbul dalam sistem ekonomi Islam pada hakikatnya bukan karena sistem ekonomi syariah itu sendiri, tetapi lebih kepada para pelaku/pihak yang terlibat dalam kegiatan tersebut yang secara sadar maupun tidak sadar telah bertindak di luar koridor yang ditetapkan dalam syariat Islam.

Wallahu a'lam bishshawaab...

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Mujahidin, 2018, *Ruang Lingkup dan Praktik Mediasi Sengketa Ekonomi Syariah*. Yogyakarta; Deepublish
- Ahmadi Miru. 2011, *Prinsip-prinsip perlindungan bagi Konsumen di Indonesia*. Jakarta; Rajawali Pers
- Amran Suadi, 2018, *Penyelesaian Sengketa Ekonomi Syariah, Penemuan & Kaidah Hukum*, Jakarta; Kencana
- Amran Suadi, 2017, *Penyelesaian Sengketa Ekonomi Syariah, Teori & Praktik*, Jakarta; Kencana
- Ashabul Kahpi, *Aspek Hukum Perlindungan Konsumen Muslim di Indonesia*, Jurnal Jurisprudentie, Vol. 5, No. 2. Jurusan Ilmu Hukum UIN, Juni 2018
- Az. Nasution, 1999, *Hukum Perlindungan Konsumen; Suatu Pengantar*, Yogyakarta: Daya Widya
- Cik Basir, 2009, *Penyelesaian Sengketa Perbankan Syariah Di Pengadilan Agama dan Mahkamah Syari'ah*, Jakarta; Kencana
- Fahmi Medias, 2018, *Ekonomi Mikro Islam*, Magelang, Unimma Press Grafindo Persada.
- Gunawan Wijaya dan Ahmad Yani, 2000, *Hukum Tentang Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Happy Susanto, 2008, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Cet. I, Jakarta; Visimedia.
- Muhammad dan Alimin, 2004, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi UGM
- Muhammad Muflih, 2006, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Raja
- Rosmawati, 2018, *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta; Prenadamedia
- Isnaini Harahap, dkk, 2015, *Hadis-hadis Ekonomi*, Jakarta: Kencana
- Susanti Adi Nugroho, 2011, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau Dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*, Jakarta; Pranada Media Group
- Toto Tahir, 2000, *Kemungkinan Gugatan Class Action Dalam Upaya Perlindungan Hukum Pada Era Pasar Bebas*, dalam Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Bandung; Mandar Maju

- Ujang Sumarwan, 2011, *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, Bogor, Ghalia
- Zulham, 2013, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta; Prenadamedia
- Zulham, 2018, *Peran Negara Dalam Perlindungan Konsumen Muslim Terhadap Produk Halal*, Jakarta; Kencana
- Republik Indonesia, *Undang-undang No. 14 Tahun 1992 Tentang Lalu Lintas dan Angkutan*
- Republik Indonesia, *Undang-undang No.23 Tahun 1992 Tentang Kesehatan*
- Republik Indonesia, *Undang-undang No.3 Tahun 2006 Tentang PERUBAHAN ATAS UNDANG-UNDANG NOMOR 7 TAHUN 1989 TENTANG PERADILAN AGAMA*
- Mahkamah Agung RI, *Peraturan Mahkamah Agung RI Nomor 14 Tahun 2016 Tentang Tata Cara Penyelesaian Perkara Ekonomi Syariah*