

**SKRIPSI**

**ASPEK HUKUM EKONOMI SYARI'AH PADA PENERAPAN  
PASAL 2 UNDANG-UNDANG. NO. 8 TAHUN 1999 TENTANG  
ASAS PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM JASA  
LAUNDRY**

**(Studi Pada Jasa Laundry Pakaian di Kelurahan Iring Mulyo  
15A Kota Metro)**

**Oleh:**  
**PURWATI**  
**NPM. 1296989**



**Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah (HESy)**  
**Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam**

**SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN)  
JURAI SIWO METRO  
1437 H / 2016 M**

**ASPEK HUKUM EKONOMI SYARI'AH PADA PENERAPAN PASAL 2  
UNDANG-UNDANG. NO. 8 TAHUN 1999 TENTANG ASAS  
PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM JASA LAUNDRY  
(Studi Pada Jasa Laundry Pakaian di Kelurahan Iring Mulyo 15A Kota  
Metro)**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagai Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Hukum Ekonomi Syariah (S. H)

Oleh :

**PURWATI**

**NPM: 1296989**

**Pembimbing I : Drs. Dri Santoso, M.H**

**Pembimbing II : Elfa Murdiana, M.Hum**

**Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (HESY)**

**Jurusan Syari'ah dan Ekonomi Islam**

**SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGRI**

**(STAIN) JURAI SIWO METRO**

**TAHUN 1437/2016**

**ASPEK HUKUM EKONOMI SYARIAH PADA PENERAPAN PASAL 2  
UNDANG-UNDANG. NO. 8 TAHUN 1999 TENTANG ASAS  
PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM JASA LAUNDRY  
STUDI KASUS DI KELURAHAN IRING MULYA 15A KOTA METRO**

**ABSTRAK**

Oleh

Purwati

Perkembangan zaman yang semakin pesat mempengaruhi kehidupan masyarakat yang menginginkan semuanya serba instan dan praktis. Dalam hal ini dimanfaatkan oleh para pelaku usaha untuk menyediakan jasa pencucian pakaian atau yang lebih dikenal dengan istilah jasa *laundry*. Di Kelurahan Iring Mulyo Kecamatan Metro Timur Kota Metro terdapat beberapa tempat jasa *laundry* pakaian. Dalam menjalankan bisnisnya, para pelaku usaha belum memberikan pelayanan yang sebagai mana mestinya yaitu berdasarkan penerapan asas perlindungan konsumen yaitu asas manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan dan kepastian hukum. Yang mana konsumen harus mendapatkan pelayanan yang baik, mendapatkan keadilan apabila terdapat kelalaian dalam penggunaan jasa laundry pakaian tersebut. Namun dalam hal ini para pelaku usaha menerapkan perjanjian baku atau perjanjian sepihak yang harus di patuhi oleh konsumen. Yang mana didalam perjanjian tersebut terdapat jangka waktu untuk melakukan complain, ada yang memberikan jangka waktu 1x24 jam setelah pengambilan pakaian, dan 3 hari, dan complain tidak berlaku apabila konsumen melakukannya diluar toko. Jika melewati batas waktu yang telah ditetapkan secara sepihak oleh pelaku usaha maka apabila terjadi kelalaian dari pelaku usaha dalam melayani konsumen maka bukan lagi tanggung jawab dari pelaku usaha

Penelitian ini bertujuan untuk dapat mendiskripsikan bagaiman aspek hukum ekonomi syariah pada penerapan pasal 2 Undang-undang. No. 8 Tahun 1999 tentang asas perlindungan konsumen dalam jasa *laundry* pakaian di Kelurahan Iring Mulya 15a Kota Metro. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data, wawancara dan dokumentasi, wawancara dilakukan kepada pemilik usaha jasa *laundry* pakaian dan konsumen yang memakai jasa *laundry* pakaian. Dokumentasi digunakan untuk memperoleh data mengenai deskripsi wilayah Kelurahan Iring Mulya 15 A Kota Metro.

Penelitian ini bersifat deskriptif yang dimaksud untuk memberikan gambaran, sifat-sifat individu, keadaan, gejala, atau kelompok tertentu, atau untuk menentukan penyebaran suatu gejala dalam masyarakat. Tekhnik analisis penelitian kualitatif ini dilakukan dengan cara menguraikan, merinci kedalam kalimat-kalimat sehingga dapat menarik kesimpulan sebagai jawaban dari permasalahan mengenai aspek hukum ekonomi syariah pada penerapan

pasal 2 Undang-Undang. No. 8 Tahun 1999 tentang asas perlindungan konsumen dalam jasa *laundry* pakaian.

Berdasarkan analisis data, dengan melakukan penelitian wawancara dan dokumentasi yang terjadi di Kelurahan Iring Mulya 15 A Kota Metro, peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa pelaku usaha jasa *laundry* pakaian belum mengindahkan aturan diterapkannya asas perlindungan konsumen yang sesuai dengan aspek hukum ekonomi syari'ah, yaitu konsumen belum memperoleh pelayanan yang baik.

## ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : PURWATI

NPM : 1296989

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya, kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, September 2016

Yang menyatakan

Purwati

NPM. 1296989

## **MOTTO**

*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 dan Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang<sup>1</sup> kepadamu. (QS. Annisa: 29)*

## **KATA PENGANTAR**

---

<sup>1</sup> Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: Diponegoro, 2004), h. 83

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : Aspek Hukum Ekonomi Syari'ah Pada Penerapan Pasal 2 Undang-Undang. No. 8 Tahun 1999 Tentang Asas Perlindungan Konsumen Dalam Jasa Laundry Pakaian (Studi Pada Jasa Laundry Pakaian di Kelurahan Iring Mulyo 15A Kota Metro).

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terimakasih kepada Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag , selaku Ketua STAIN Jurai Siwo Metro, Ibu Siti Zulaikha, S.Ag, MH, selaku ketua Jurusan Syari'ah dan Ekonomi Islam, Bapak Dri Santoso, M.H selaku pembimbing I dan ibu Elfa Murdiana, M. Hum selaku pembimbing II yang telah memberi bimbingan sangat berharga dalam mengarahkan dan memberikan motivasi. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada Bapak dan Ibu Dosen / Karyawan STAIN Jurai Siwo Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan. Ucapan terima kasih juga peneliti haturkan kepada Ayahanda dan Ibunda yang senantiasa mendo'akan dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan pendidikan.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan lapang dada. Dan akhirnya semoga hasil penelitian kiranya dapat bermanfaat.

Metro, September 2016

**PURWATI**

NPM.1296989

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Islam mewajibkan setiap muslim untuk bekerja. Bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang menyebabkan manusia memiliki harta kekayaan. Untuk memudahkan manusia berusaha mencari nafkah, Allah SWT melapangkan bumi serta menyediakan berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan manusia untuk menacari rezeki. Seperti dalam surah al-A'araf:10

وَمَا كُنَّا بِمُعَظَّمِيهَا كَاثِرِينَ ۖ وَأَنزَلْنَا عَلَيْكَ الْمَاءَ غَوِيغًا وَأَخْرَجْنَا بِالْحَبِّ وَالسَّيْلِ وَالزَّيْتِ وَالنَّخْلِ وَالشَّجَرِ الْمُنْتَجِلِ ۚ فَسُبْحَانَ اللَّهِ عَمَّا يُشْرِكُونَ

Artinya: *“Sesungguhnya Kami telah menempatkan kamu sekalian di muka bumi dan Kami adakan bagimu di muka bumi (sumber) penghidupan. Amat sedikitlah kamu bersyukur.”*<sup>2</sup>

Berdasarkan ayat di atas, Allah telah menciptakan bumi beserta isinya sebagai sumber kehidupan dan jalan-jalan memperoleh kekayaan untuk kemaslahatan umat manusia di dunia dan di akhirat. Jadi dapat disimpulkan bahwa manusia diciptakan ke bumi oleh Allah dengan segala kekayaan alam yang berlimpah agar manusia mudah menacari rezeki untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, untuk itu manusia harus selalu bersyukur.

---

<sup>2</sup> Departemen Agama RI, Al-‘Aliyy Al-Quran dan Terjemahnya, (Bandung: CV Diponegoro, 2005), QS. Al-A’raaf (7): 10, h. 120

Beragam bidang pekerjaan, salah satunya yaitu dengan berbisnis. Secara garis besar, kegiatan bisnis dapat dikelompokkan atas 5 bidang, yaitu sebagai berikut:

- a. Bidang industri, misalnya pabrik radio, tv, motor, mobil, tekstil, dan lain-lain.
- b. Bidang perdagangan, misalnya agen, makelar, toko besar, toko kecil, dan lain-lain.
- c. Bidang jasa, misalnya konsultan, penilai, akuntan, biro perjalanan, perhotelan, dan lain-lain.
- d. Bidang agraris, misalnya pertanian, peternakan, perkebunan, dan lain-lain.
- e. Bidang ekstraktif, misalnya pertambangan, penggalian, dan lain-lain.<sup>3</sup>

Salah satu bidang bisnis yang termasuk ke dalam sektor jasa yaitu sewa-menyewa barang atau jasa. Bisnis sewa-menyewa dalam Islam lebih dikenal dengan istilah *ijarah*. Sewa-menyewa identik dengan akad jual beli, namun demikian, dalam sewa-menyewa kepemilikan barang dibatasi dengan waktu melalui pembayaran upah atau biaya sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang.<sup>4</sup>

Dalam sewa-menyewa, harus terpenuhi rukun dan syarat sahnya sewa-menyewa yang mencakup semua unsur dalam sewa-menyewa tersebut, yaitu orang yang melakukan akad, barang yang disewakan, biaya dan waktu

---

<sup>3</sup> Richard Burton Simatupang, *Aspek Hukum dalam Bisnis*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2003), Ed. Revisi, Cet. Kedua h. 2

<sup>4</sup> Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqih Muamalah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), Cet 2, h. 153

yang jelas, serta manfaat dari barang itu sendiri. Dalam mencari rezeki, Islam sangat menekankan (mewajibkan) aspek kehalalannya, baik dari sisi perolehan maupun pelayagunaannya (pengelolaan dan pembelanjannya).<sup>5</sup> Berdasarkan hal inilah, perlu adanya aspek hukum ekonomi syari'ah pada penerapan asas perlindungan konsumen sebagai pedoman para pebisnis agar tetap berada di jalan yang benar.

Asas dalam berbisnis berdasarkan hukum ekonomi syariah yang paling pokok, mendasar, dan menjadi ciri yang membedakan antara bisnis Islam dengan bisnis konvensional ialah Asas ketauhidan/ketuhanan. Asas ini mengarahkan dan menekankan bahwa setiap Muslim yang percaya bahwa tiada Tuhan selain Allah untuk melakukan segala kegiatan atas dasar iman kepada Allah termasuk dalam kegiatan ekonomi yang tercermin dari bisnis yang dilakukan, baik dari cara modal yang baik, cara atau proses yang baik, sampai dengan hasil produk bisnis yang bermanfaat dan atau tidak membuat kerusakan.<sup>6</sup>

Selanjutnya keadilan, dalam Asas ini mengajarkan pebisnis untuk selalu memperhatikan tindak laku yang adil, baik untuk dirinya maupun orang lain. Artinya, pebisnis mempunyai hak dan kewajiban, hak untuk mendapatkan keuntungan dan kewajiban untuk memberikan manfaat dan kepuasan bagi para pelanggan dengan mendapatkan pelayanan yang jujur dan waktu yang sesuai.

---

<sup>5</sup> Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, (Jakarta: Gema Insani, 2002), Cet 1, h. 17

<sup>6</sup> Amalia Euis, *Keadilan Distributif Dalam Ekonomi Islam Penguatan Peran LKM dan UKM di Indonesia*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2009), h. 38

Namun pada kenyataan di lapangan saat ini, persoalan dunia yang begitu beragam, tidak jarang menggoyahkan iman. Banyak orang keluar dari pedoman hidup. Tidak sedikit yang hilang kendali, menghalalkan segala cara demi mendapatkan keuntungan untuk kekayaan duniawi semata, tidak memperdulikan bisnis yang dilakukan apakah telah sesuai dengan yang diajarkan serta diperoleh oleh agama atau tidak, terutama dalam pemilihan jenis bisnis, dan penerapan asas untuk melindungi para konsumennya.

Dalam melakukan kegiatan perekonomian, terdapat lima asas Perlindungan konsumen yang harus diterapkan oleh pelaku usaha atau bisnis yang diselenggarakan sebagai usaha bersama terdapat pada Pasal 2 Undang-Undang. No. 8 tahun 1999 tentang asas perlindungan konsumen yaitu: asas manfaat, asas keadilan, asas keseimbangan, asas keamanan dan keselamatan konsumen dan asas kepastian hukum.<sup>7</sup> Karena di era globalisasi dan perdagangan bebas, dengan dukungan ilmu pengetahuan, teknologi dan informasi, semakin luas arus ke luar masuknya barang dan jasa melintasi batas-batas negara. Kondisi demikian telah memberikan banyak manfaat bagi konsumen. Namun di sisi lain konsumen menjadi objek aktivitas bisnis pelaku usaha yang mengharapkan keuntungan secara besar-besaran melalui promosi maupun penjualan yang seringkali merugikan konsumen.

Dalam menjalankan bisnisnya, sering kali para pelaku usaha jasa menerapkan perjanjian baku secara sepihak. Perjanjian baku merupakan setiap aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan

---

<sup>7</sup> Undang-undang R. I No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Bab I, pasal 1, h. 2.

terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha yang dituangkan dalam suatu dokumen dan/atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen.<sup>8</sup> Dengan adanya perjanjian baku yang diterapkan secara sepihak oleh para pelaku usaha akan mengakibatkan timbulnya kerugian yang diderita oleh konsumen yang dilakukan oleh pelaku bisnis.

Salah satu bisnis sewa yang dilakukan pelaku bisnis termasuk di Kelurahan Iring Mulyo Kecamatan Metro Timur Kota Metro adalah bisnis atau usaha sewa-menyewa jasa pencucian pakaian atau yang lebih dikenal dengan istilah jasa *laundry*. Dalam penelitian ini, terdapat beberapa tempat jasa *laundry* yang berada di Kelurahan Iring Mulya 15A Kota Metro, yaitu: 20 jasa *laundry* yang ada di Kelurahan Iring Mulyo 15A, diantaranya: Pelangi *Laundry*, Tama *Laundry*, Fizi *Laundry*, Kampus *Laundry*, Arafah *Laundry*, Fadhill *Laundry*, Ratwo *Laundry*, Zizi *Laundry*, Simply Fresh *Laundry*, Sari *Laundry*, Jatel *Laundry*, Lianda *Laundry*, Twister *Laundry*, Cika *Laundry*, Strikandi *Laundry*, Zidan *Laundry*, Rama *Laundry*, Nila *Laundry*, Lina *Laundry* dan Bara *Laundry*.

Dari hasil survey, peneliti mengambil beberapa tempat jasa *laundry* yang ada di Kelurahan Iring Mulyo 15A yang akan diteliti, yaitu: Pelangi *Laundry* yang terletak di Jl. Ki Hajar Dewantara, Fizi *Laundry* terletak di Jl. Ki Hajar Dewantara, dan Tama *Laundry* yang terletak di Jl. Ahmad Yani.<sup>9</sup> Dari

---

<sup>8</sup> Zaim Saidi, *Mencari Keadilan: Bunga Rampai Penegakan Hak Konsumen*, (Jakarta: Piramedia, 2001), cet I, h. 77

<sup>9</sup> Hasil survey lapangan yang dilakukan pada hari Senin tanggal 9 Mei 2016 pukul 08.00 WIB- selesai.

beberapa tempat jasa *laundry* tersebut peneliti memperhatikan bahwa para pelaku usaha *laundry* dalam memberikan pelayanan kepada konsumen yang memakai jasa dari *laundry* telah menerapkan asas-asas perlindungan konsumen berdasarkan aspek hukum ekonomi syari'ah. Apabila terdapat kerugian yang timbul akibat dari kelalaian dari pelaku usaha akan memberikan kompensasi atau ganti rugi berdasarkan kerugian yang dialami oleh konsumen.

Namun dalam penerapan asas-asas perlindungan konsumen yang terjadi di tiga tempat *laundry* yang ada di Kelurahan Iring Mulya, para pelaku usaha menerapkan ketentuan-ketentuan yang harus di patuhi oleh konsumen. Yang mana didalam ketentuan tersebut terdapat jangka waktu untuk melakukan complain, ada yang memberikan jangka waktu 1x24 jam setelah pengambilan pakaian, ada juga yang memberikan waktu 3 hari, dan complain tidak berlaku apabila konsumen melakukannya diluar toko. Jika melewati batas waktu yang telah ditetapkan secara sepihak oleh pelaku usaha maka apabila terjadi kelalaian dari pelaku usaha dalam melayani konsumen maka bukan lagi tanggung jawab dari pelaku usaha karena sudah ada perjanjian sepihak tersebut.

Oleh karena itu berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti ingin mengetahui, mengkaji, meneliti, serta menacari jalan keluar dari permasalahan tersebut dengan menuliskannya dalam bentuk skripsi yang berjudul "Aspek Hukum Ekonomi Syari'ah Pada Penerapan Pasal 2 UU. No. 8 Tahun 1999 tentang Asas Perlindungan Konsumen dalam jasa *laundry* pakaian (Studi Pada Jasa Laundry Pakaian di Kelurahan Iring Mulyo 15A Kota Metro)"

## **B. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu “Bagaimana Aspek Hukum Ekonomi Syari’ah Pada Penerapan Pasal 2 UU. No. 8 Tahun 1999 tentang Asas Perlindungan Konsumen dalam jasa *laundry* pakaian di Kelurahan Iring Mulya 15A Kota Metro ?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Aspek Hukum Ekonomi Syari’ah Pada Penerapan Pasal 2 UU. No. 8 Tahun 1999 tentang Asas Perlindungan Konsumen pihak-pihak dalam perjanjian pelayanan jasa *laundry*, di Kelurahan Iring Mulya 15A Kota Metro.

### **2. Manfaat Penelitian**

#### **a. Kegunaan teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan bacaan atau bahan kajian hukum Keperdataan, khususnya Hukum Ekonomi Syari’ah dan Hukum Perlindungan Konsumen.

#### **b. Kegunaan praktis**

Temuan ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan dan masukan bagi Tempat Usaha *Laundry* Pakaian, khususnya tempat *Laundry* Pakaian di Kelurahan Iring Mulyo 15A Kota Metro.

#### D. Penelitian Relevan

Penelitian relevan merupakan penjelasan singkat mengenai penelitian terdahulu (*Prior Research*) yang berisi tentang persoalan yang akan dikaji. Terdapat beberapa penelitian yang berhubungan dengan permasalahan yang diangkat dalam pembahasan atau penelitian ini. Oleh karena itu, dalam kajian ini, peneliti memaparkan karya ilmiah terkait dengan pembahasan peneliti.

Berdasarkan penelusuran peneliti di perpustakaan STAIN Jurai Siwo Metro, sejauh ini peneliti belum menemukan karya tulis ilmiah yang membahas tentang perlindungan konsumen dalam jasa *laundry* pakaian ditinjau dari Undang-Undang perlindungan konsumen. Oleh karena itu, peneliti melakukan penelusuran di perpustakaan digital dengan menemukan tiga judul skripsi yaitu: skripsi yang pertama ditulis oleh Dede Hermawan dengan judul “*Perlindungan Konsumen dalam Bisnis Undian SMS Berhadiah Studi Komperatif Fatwa MUI dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999.*”<sup>10</sup>, (Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta: 2009). Skripsi ini menjelaskan mengenai perlindungan konsumen mempunyai tujuan terialisirnya keadilan dan terjaganya hak-hak individual maupun hak masyarakat. Dalam kaitannya dengan bisnis undian SMS berhadiah, Undang-Undang No. 8 tahun 1999 melarang undian sms berhadiah jika terdapat unsur penipuan, yang mengakibatkan kerugian pada konsumen yaitu hak-hak konsumen untuk mendapatkan kompensasi ganti rugi.

---

<sup>10</sup> Dede Hermawan, dalam skripsi yang berjudul “*Perlindungan Konsumen dalam Bisnis Undian SMS Berhadiah Studi Komperatif Fatwa MUI dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999*”, Fakultas Syariah Mahasiswi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2009

Dapat dipahami bahwa skripsi tersebut berbeda dengan skripsi peneliti, perbedaan tersebut adalah pada skripsi tersebut menjelaskan tentang keadilan dan terjaganya hak-hak individual maupun hak masyarakat, dan juga apabila bisnis undian sms mengakibatkan kerugian pada konsumen maka konsumen berhak untuk mendapatkan kompensasi ganti rugi, sedangkan skripsi peneliti menjelaskan Aspek Hukum Ekonomi Syariah Pada Penerapan Pasal 2 Undang-Undang. No. 8 Tahun 1999 tentang Asas Perlindungan Konsumen dalam jasa *laundry* pakaian. Skripsi tersebut dan skripsi peneliti hanya memiliki kesamaan menjelaskan tentang Perlindungan Konsumen yang diberikan oleh pelaku usaha *laundry*.

Skripsi yang kedua membahas tentang perlindungan hukum terhadap konsumen, yaitu skripsi yang di tulis oleh Darmawan Febri Padmono dengan judul “*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Penjaminan Mutu Makanan Yang Beredar Di Pasaran Oleh Balai Besar Pengawasan Obat Dan Makanan Daerah Istimewa Yogyakarta Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, (Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yoyakarta: 2014).<sup>11</sup> Skripsi ini menjelaskan bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen yang dilakukan oleh Balai Besar POM DIY telah sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

---

<sup>11</sup> Darmawan Febri Padmono, dalam skripsi yang berjudul “*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Penjaminan Mutu Makanan Yang Beredar Di Pasaran Oleh Balai Besar Pengawasan Obat Dan Makanan Daerah Istimewa Yogyakarta Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, Fakultas Syariah Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014).

Dapat dipahami bahwa skripsi tersebut dengan skripsi peneliti memiliki kesamaan hanya pada penjelasan tentang Perlindungan Konsumennya saja, sedangkan perbedaannya skripsi tersebut menjelaskan mengenai Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Penjaminan Mutu Makanan Yang Berdedar Di Pasaran Oleh Balai Besar Pengawasan Obat Dan Makanan Daerah Istimewa Yogyakarta Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen di Pasaran Oleh Balai Besar Pengawasan Obat Dan Makanan Daerah Istimewa Yogyakarta dan skripsi peneliti menjelaskan tentang Aspek Hukum Ekonomi Syariah Pada Penerapan Pasal 2 Undang-Undang. No. 8 Tahun 1999 tentang Asas Perlindungan Konsumen dalam jasa *laundry* pakaian di Kelurahan 15 A Kota Metro.

Skripsi yang ketiga yang membahas tentang Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen, yaitu skripsi yang di tulis oleh Riza Laely Ikayanti dengan judul "*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Elektronik*, (Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yoyakarta: 2014).<sup>12</sup> Skripsi ini menjelaskan bahwa konsep perlindungan hak-hak konsumen transaksi elektronik (*e-commerce*) dalam hukum Positif Indonesia tidak secara khusus diatur dalam perundang-undangan, baik UUPK maupun UU Antimonopoli, di dalamnya hanya mengatur perlindungan konsumen transaksi konvensional.

---

<sup>12</sup> Riza Laely Ikayanti, dengan skripsi yang berjudul "*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Elektronik*, (Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yoyakarta, 2014).

Dapat dipahami bahwa skripsi tersebut dengan skripsi peneliti memiliki kesamaan hanya pada penjelasan tentang Perlindungan Konsumennya saja, sedangkan perbedaannya skripsi tersebut menjelaskan mengenai Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Elektronik, dalam hukum Positif Indonesia tidak secara khusus diatur dalam perundang-undangan, baik UUPK maupun UU Antimonopoli, di dalamnya hanya mengatur perlindungan konsumen transaksi konvensional dan skripsi peneliti menjelaskan tentang Aspek Hukum Ekonomi Syari'ah Pada Penerapan Pasal 2 Undang-Undang. No. 8 Tahun 1999 tentang Asas Perlindungan Konsumen dalam jasa *laundry* pakaian di Kelurahan 15 A Kota Metro.

Berdasarkan ketiga hasil penelitian di atas, maka terdapat perbedaan yang peneliti paparkan dalam penelitian, karena yang menjadi fokus penelitian dari peneliti yaitu: Aspek Hukum Ekonomi Syari'ah Pada Penerapan Pasal 2 Undang-Undang. No. 8 Tahun 1999 tentang Asas Perlindungan Konsumen dalam jasa *laundry* pakaian di Kelurahan 15 A Kota Metro menyatakan bahwa para pelaku usaha *laundry* telah menerapkan atau melaksanakan kelima asas berdasarkan Hukum Ekonomi Syari'ah. Sedangkan fokus ketiga penelitian di atas memaparkan tentang Perlindungan Konsumen dalam Bisnis Undian SMS Berhadiah Studi Komperatif Fatwa MUI dan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 dalam skripsi ini menjelaskan keadilan dan terjaganya hak-hak individual dan hak masyarakat, Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Penjaminan Mutu Makanan Yang Berdedar Di Pasaran Oleh Balai Besar Pengawasan Obat Dan Makanan Daerah Istimewa Yogyakarta Ditinjau Dari

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, (Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yoyakarta: 2014). Skripsi ini menjelaskan bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen yang dilakukan oleh Balai Besar POM DIY telah sesuai dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Dan skripsi yang ketiga dengan judul *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Elektronik*, (Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yoyakarta: 2014). Skripsi ini menjelaskan bahwa konsep perlindungan hak-hak konsumen transaksi elektronik (*e-commerce*) dalam hukum Positif Indonesia tidak secara khusus diatur dalam perundang-undangan, baik UUPK maupun UU Antimonopoli, di dalamnya hanya mengatur perlindungan konsumen transaksi konvensional.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Asas Perlindungan Konsumen**

## 1. Asas Perlindungan Konsumen Berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Untuk dapat menegakkan hukum perlindungan konsumen, perlu diberlakukan asas-asas yang berfungsi sebagai landasan penetapan hukum. Peraturan mengenai asas-asas yang berlaku dalam hukum perlindungan konsumen dirumuskan dalam pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyebutkan “perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, serta keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen serta kepastian hukum”.<sup>13</sup> Di dalam penjelasan pasal 2 UUPK menyebutkan perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional, yaitu:

### 1) Asas manfaat

Maksud asas ini adalah untuk mengamanatkan bahwa segala upaya dalam menyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar- besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.<sup>14</sup>

### 2) Asas keadilan

Asas ini dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada

---

<sup>13</sup> Ahmadi Miru & Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2004), cet I, h. 25.

<sup>14</sup> Sukarmi, *Kontrak Elektronik Dalam Bayang-Bayang Pelaku Usaha* Prespektif Cyber Law, (Bandung: Pustaka Sutra, 2005), h. 55.

konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.

3) Asas keseimbangan

Asas ini dimaksudkan untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti material maupun spiritual.

4) Asas keamanan dan keselamatan konsumen

Asas ini dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.

5) Asas kepastian hukum

Asas ini dimaksudkan agar baik pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Salah satu unsur penting dalam kegiatan usaha ekonomi dan bisnis adalah keberadaan konsumen. Hampir semua orang telah menggunakan produk barang dan/atau jasa yang beredar di masyarakat (pasaran) dapat dikategorikan sebagai konsumen. Begitu besarnya jumlah konsumen yang menggantungkan kebutuhan pada suatu produk yang beredar di masyarakat, menyebabkan keberadaannya perlu mendapatkan perlindungan. Sebagai

tindak lanjut, pemerintah telah memberlakukan peraturan perundang-undangan tentang perlindungan konsumen yang bertujuan untuk:

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.<sup>15</sup>
- 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.

Tujuan perlindungan konsumen pada hakikatnya adalah untuk mencapai maslahat dari hasil transaksi ekonomi. Pengertian maslahat dalam kegiatan ekonomi adalah perpaduan antara pencapaian keuntungan dan berkah. Keuntungan diperoleh apabila kegiatan usaha memberikan nilai tambahan dari aspek ekonomi, sedangkan berkah diperoleh sesuai prinsip-prinsip syari'ah. Karena itu untuk mencapai tujuan tersebut, diperoleh kesadaran dari pihak para pelaku usaha untuk selalu mengedepankan perbuatan yang tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syari'ah dan peraturan lainnya yang berlaku. Sehingga dengan adanya undang-undang tersebut diharapkan akan terwujudnya suatu tantangan masyarakat dan hukum yang baik dan menjadikan keseimbangan antara produsen dan

---

<sup>15</sup> C. S. T Kansil dan Christine, S. T., *Pokok-Pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2012), cet II, h. 216.

konsumen yang baik agar terwujudnya suatu perekonomian yang sehat dan dinamis sehingga tercapai kemakmuran dan kesejahteraan.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat dipahami bahwa dengan adanya kelima asas yaitu: asas manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan juga keselamatan konsumen, dan asas kepastian hukum. Dengan adanya asas-asas tersebut maka konsumen dan juga pelaku usaha dapat memperoleh perlindungan berdasarkan hukum yang mengatur tentang perlindungan hak-hak konsumen dan juga hak-hak pelaku usaha. Supaya konsumen dan pelaku usaha mendapatkan keamanan dan keselamatan dalam berbagai bisnis yang dianjurkan oleh Islam. Dan dengan adanya peraturan yang menagatur tentang tujuan untuk melindungi konsumen supaya para konsumen lebih meningkatkan lagi kesadaran, kemandirian diri dan padat melindungi diri dari pelaku usaha yang dapat merugikan para konsumen.

## 2. Asas Menurut Hukum Ekonomi Syari'ah

Asas berasal dari bahasa Arab *asasun* yang berarti dasar, basis, dan fondasi. Secara terminologi, asas adalah dasar atau sesuatu yang menjadi tumpuan berpikir atau berpendapat. Istilah lain yang memiliki arti sama adalah prinsip, yaitu dasar atau kebenaran yang menjadi pokok dasar berpikir, bertindak, dan sebagainya. Mohammad Daud Ali, mengartikan asas apabila dihubungkan dengan kata hukum adalah kebenaran yang digunakan sebagai tumpuan berpikir dan alasan pendapat, terutama, dalam penegakan dan pelaksanaan hukum.

Dalam kaitannya dengan Hukum Perikatan Islam, Fathur rahman Djamil mengemukakan enam asas, yaitu asas kebebasan, asas persamaan atau kesetaraan, asas keadilan, asas kerelaan, asas kejujuran dan kebenaran, dan asas tertulis. Namun, ada asas utama yang mendasari setiap perbuatan manusia, termasuk perbuatan muamalat, yaitu asas ilahiah atau asas tauhid.

#### 1. Asas Ilahiah

Setiap tingkah laku dan perbuatan manusia tidak akan luput dari ketentuan Allah SWT. Kegiatan muamalat, termasuk perbuatan perikatan, tidak akan pernah lepas dari nilai-nilai ketauhidan. Dengan demikian, manusia memiliki tanggung jawab akan hal ini. Tanggung jawab kepada masyarakat, tanggung jawab kepada pihak kedua, tanggung jawab kepada diri sendiri, dan tanggung jawab kepada Allah SWT. Akibatnya, manusia tidak akan berbuat sekehendak hatinya, karena segala perbuatnya akan mendapatkan balasan dari Allah SWT.

#### 2. Asas Kebebasan (Al-Hurriyah)

Islam memberikan kebebasan kepada para pihak untuk melakukan suatu perikatan. Bentuk dan isi perikatan tersebut ditentukan oleh para pihak.<sup>16</sup> Apabila telah disepakati bentuk dan isinya, maka perikatan itu mengikat para pihak yang menyepakatinya dan harus dilaksanakan segala hak dan kewajibannya. Namun, kebebasan ini tidaklah absolut. Sepanjang tidak bertentangan dengan syari'ah Islam, maka perikatan tersebut boleh dilaksanakan. Menurut Faturrahman Djamil, bahwa "Syari'ah Islam

---

<sup>16</sup> Gemala Dewi, *Hukum Perikatan Islam Di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2005), h. 30

memberikan kebebasan kepada setiap orang yang menentukan akibat hukumnya adalah ajaran agama.

Dalam bidang muamalat ini terdapat kaidah fiqih yang berisiskan bahwa “asal sesuatu adalah boleh, sampai ada dalil yang menunjukkan keharamannya. Kaidah fiqih ini bersumber pada hadis Nabi Muhammad SAW berikut ini: HR. Al-Bazar dan at-Thabrani “Apa-apa yang dihalalkan Allah adalah halal dan apa-apa yang diharamkan Allah adalah haram dan apa-apa yang didiamkan dimaafkan. Maka, terimalah dari Allah pemaafannya. Sungguh Allah itu tidak melupakan sesuatu pun.

Isi kaidah fiqih tersebut menunjukkan, bahwa segala sesuatu-nya adalah boleh atau mubah dilakukan. Kebolehan ini dibatasi sampai ada dasar hukum yang melarangnya. Kaidah ini berlaku untuk bidang muamalat, tetapi tidak berlaku untuk bidang ibadat.

### 3. Asas Persamaan atau Kesetaraan (Al-Musawah)

Suatu perbuatan muamalah merupakan salah satu jalan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia. Sering kali terjadi, bahwa seseorang memiliki kelebihan dari yang lainnya. Hal ini menunjukkan, bahwa di antara sesama manusia masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan. Untuk itu, antara manusia satu dengan manusia lain hendaknya saling melengkapi atas kekurangan yang lain dari kelebihan yang dimilikinya. Oleh karena itu, setiap manusia memiliki kesempatan yang sama untuk melakukan suatu perikatan. Dalam melakukan perikatan ini, para pihak menentukan hak dan kewajiban masing-masing didasarkan

pada asas persamaan dan kesetaraan ini. Tidak boleh ada suatu kezaliman yang dilakukan dalam perikatan tersebut.

#### 4. Asas keadilan (Al-'Adalah)

Adil adalah merupakan salah satu sifat Allah SWT yang sering kali disebutkan dalam Al-Qur'an.<sup>17</sup> Bersikap adil sering kali Allah SWT tekankan kepada manusia dalam melakukan perbuatan, karena adil menjadikan manusia lebih dekat kepada takwa. Istilah keadilan tidaklah dapat disampaikan dengan suatu persamaan. Menurut Yusuf Qardhawi, keadilan adalah keseimbangan antara berbagai potensi individu, baik moral ataupun materiel, antara individu dan masyarakat, dan antara masyarakat satu dengan masyarakat lainnya yang berlandaskan pada syariah Islam. Dalam asas ini, para pihak yang melakukan perikatan dituntut untuk berlaku benar dalam pengungkapan kehendak dan keadaan, memenuhi perjanjian yang telah mereka buat, dan memenuhi semua kewajibannya.

#### 5. Asas Kerelaan (Al-Ridha)

Dalam QS. An-Nisaa (4): 29,

---

<sup>17</sup> Abdul Manan, *Hukum Ekonomi Syari'ah: Dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama*, (Jakarta: Kencana, 2012), h. 77



## 1. Pemilikan

Menurut sistem hukum ekonomi syari'ah : (a) pemilikan bukanlah penguasaan mutlak atas sumber-sumber ekonomi, tetapi kemampuan untuk memanfaatkannya; (b) lama pemilikan atas sesuatu benda terbatas pada lamanya manusia hidup di dunia ini dan kalau ia meninggal dunia, harta kekayaannya harus dibagikan kepada ahli warisnya menurut ketentuan yang ditetapkan Allah; (c) sumber-sumber daya alam yang menyangkut kepentingan umum atau yang menjadi hajat hidup orang banyak harus menjadi milik umum atau negara, atau sekurang-kurangnya dikuasai oleh negara untuk kepentingan umum atau orang banyak.

## 2. Keseimbangan

Nilai dasar keseimbangan harus dijaga sebaik-baiknya, bukan saja antara kepentingan dunia dengan kepentingan akhirat, tetapi juga keseimbangan antara kepentingan perorangan dengan kepentingan umum. Di samping itu, harus dipelihara keseimbangan antara hak dan kewajiban.<sup>18</sup>

## 3. Keadilan

Kata adil dalam Al-Qur'an disebut lebih dari 1.000 kali setelah perkataan Allah dan ilmu pengetahuan. Ini berarti prinsip keadilan diterapkan dalam setiap segi kehidupan manusia terutama dalam

---

<sup>18</sup> Zainuddin Ali, *Hukum Ekonomi Syari'ah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), h. 4

kehidupan hukum, sosial, politik, dan ekonomi, karena keadilan adalah titik tolak sekaligus proses dan tujuan semua tindakan manusia.<sup>19</sup>

Ekonomi syari'ah merupakan suatu ilmu pengetahuan yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam. Atas dasar dan merujuk pada nilai-nilai dasar syari'ah inilah maka dalam pelaksanaan ekonomi syari'ah tersebut dikenal dengan prinsip-prinsip ekonomi syari'ah.<sup>20</sup> Diantara prinsip-prinsip ekonomi syari'ah yaitu sebagai berikut:

#### 1. Kebebasan Individu

Manusia mempunyai kebebasan untuk membuat sebuah keputusan yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan hidupnya.<sup>21</sup> Dalam pandangan Islam, manusia memiliki kebebasan untuk memilih antara yang benar dan yang salah, yang baik dan yang buruk, yang bermanfaat dan yang merusak.<sup>22</sup>

#### 2. Keadilan

Segala aspek kegiatan bisnis bermuara pada tuntutan bersikap dan berperilaku adil terhadap semua pihak yang terlibat. Sedikitpun sikap dan perilaku yang dilakukan jangan mengandung ketidak

---

<sup>19</sup> Suwardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2004), h. 18

<sup>20</sup> Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam 2*, (Yogyakarta: PT. Dana Bakti Wakaf, 1995), h. 13-14.

<sup>21</sup> Suwardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2004), h. 16.

<sup>22</sup> Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), h. 68

adilan sebab merupakan sumber kegagalan yang akan dilakukan oleh pelaku bisnis.

### 3. ketidaksamaan ekonomi dalam batas wajar

Islam mengakui adanya ketidaksamaan ekonomi antara perorangan. Islam tidak menganjurkan kesamaan dalam ekonomi, tetapi Islam mendukung dan menganjurkan kesamaan sosial. Kesamaan sosial ini membentuk keharmonisan dalam kehidupan manusia. Walaupun terhadap sedikit perbedaan tersebut dalam batas-batas yang wajar, adil dan tidak berlebih-lebihan.<sup>23</sup>

### 4. Khilaf

Nilai khilaf secara umum berarti tanggung jawab sebagai pengganti atau utusan Allah di alam semesta. Manusia diciptakan Allah untuk menjadi khilaf di muka bumi, yaitu menjadi wakil Allah untuk memakmurkan bumi dan alam semesta.<sup>24</sup>

### 5. takaful/solidaritas

Islam mengajarkan bahwa seluruh manusia adalah bersaudara. Sesama orang Islam adalah saudara dan belum sempurna iman seseorang sebelum ia mencintai saudaranya melebihi cintanya pada diri sendiri.

### 6. kerja sama

---

<sup>23</sup> Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi*, h. 8

<sup>24</sup> Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), h. 65

Manusia adalah makhluk individu sekaligus makhluk sosial. Ia tidak bisa hidup sendiri tanpa bantuan orang lain. Terdapat saling ketergantungan dan tolong-menolong antar sesama manusia.<sup>25</sup>

#### 7. keseimbangan. Dunia dan akhirat.

Dalam ekonomi Islam dimaknai sebagai tidak adanya kesenjangan dalam pemenuhan kebutuhan berbagai aspek kehidupan: antara aspek fisik dan mental, material dan spiritual, individu dan sosial, masa kini dan masa depan, serta dunia dan akhirat.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat dipahami bahwa dalam melakukan sebuah bisnis harus berlandaskan dengan asas-asas atau prinsip-prinsip yang telah di ajarkan oleh Islam. Terutama dalam hal bisnis perdagangan dan niaga karena yang menjadi faktor utama yaitu: tolak ukur kejujuran, kepercayaan dan ketulusan. Dan juga Prinsip perdagangan dan niaga ini telah ada dalam Al Qur'an, seperti mengenai larangan memberikan takaran yang tidak benar dan keharusan menciptakan itikad baik dalam transaksi bisnis.

## **B. Perlindungan Konsumen**

### 1. Perlindungan Konsumen menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Istilah konsumen berasal dari alih bahasa dari kata *consumer* (Inggris-Amerika), atau *consument/konsument* (Belanda). Pengertian dari *consumer* atau *consument* itu tergantung dalam posisi mana ia berada.

---

<sup>25</sup> M. Farud Nabana, *Sistem Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: UII Press, 2000), h. 55

Secara harfiah arti kata *consumer* adalah (lawan dari produsen) setiap orang yang menggunakan barang. Tujuan penggunaan barang atau jasa nanti menentukan termasuk konsumen kelompok mana pengguna tersebut. Begitu pula Kamus Bahasa Inggris-Indonesia memberi arti kata *consumer* sebagai pemakai atau konsumen.<sup>26</sup>

Menurut Az. Nasution menegaskan beberapa batasan tentang konsumen, yaitu:

- a. Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa digunakan untuk tujuan tertentu.<sup>27</sup>
- b. Konsumen antara adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang/jasa lain atau untuk diperdagangkan (tujuan komersial).
- c. Konsumen akhir adalah setiap orang yang mendapat dan menggunakan barang dan/atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya pribadi, keluarga dan atau rumah tangga dan tidak untuk diperdagangkan kembali (nonkomersial).

Dalam Undang-undang Republik Indonesia No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pengertian dari konsumen berdasarkan bunyi Pasal 1 Ayat (2), yaitu :

---

<sup>26</sup> Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2009), cet II, h. 22.

<sup>27</sup> Az. Nasution, *Konsumen dan Hukum: Tinjauan sosial, ekonomi, dan hukum pada perlindungan konsumen*, Indonesia, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1995), cet I, h. 50.

“Setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk yang lain dan tidak untuk diperdagangkan.”<sup>28</sup>

Menurut Abdul Rasyid Saliman mengemukakan bahwa konsumen adalah pengguna akhir (*end user*) dari suatu produk, yaitu setiap 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.<sup>29</sup>

Sementara itu, pengertian dari pelaku usaha dijelaskan dalam Pasal 1 Ayat (3), yaitu:

“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”.

Perlindungan konsumen yang berlaku di Indonesia memiliki dasar hukum yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Hal ini terdapat pada Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen merupakan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk

---

<sup>28</sup> Undang-undang R. I No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Bab I, pasal 1 ayat 2, h. 3.

<sup>29</sup> Abdul Rasyid Saliman, *Hukum Bisnis Untuk Perusahaan: Teori dan Contoh Kasus*, (Jakarta: Kencana, 2011), cet VII, h. 190.

memberikan perlindungan konsumen.<sup>30</sup> Dengan adanya dasar hukum yang pasti, perlindungan terhadap hak-hak konsumen bisa dilakukan dengan penuh optimisme.<sup>31</sup> Hukum Perlindungan Konsumen merupakan cabang dari Hukum Ekonomi. Alasannya, permasalahan yang diatur dalam hukum konsumen berkaitan erat dengan pemenuhan kebutuhan barang dan/atau jasa.

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, dengan memosisikan sebagai mitra konsumen dalam memenuhi kebutuhan sesuai hak dan kewajiban yang timbul dari suatu perikatan.<sup>32</sup>

Hukum perlindungan konsumen yang berlaku di Indonesia dapat diterapkan pada semua bidang yang menyangkut adanya hubungan konsumen, seperti transaksi atau perjanjian antara produsen dengan konsumen, antara lain dalam bidang perbankan antara bank dengan nasabahnya, atau kaitannya dengan jasa *laundry* pakaian.

---

<sup>30</sup> Undang-undang R. I No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Bab I, pasal 1, h. 2.

<sup>31</sup> As'ad Nugroho, *Menghadapi Ketidakadilan Kaum Produsen: Rujukan untuk Menghadapi Segala Bentuk Kecurangan Pelaku Usaha*, (Jakarta: Pustaka, 2004), cet I, h. 52

<sup>32</sup> Burhannuddin S. *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal*, (Malang: UIN-Maliki Press, 2011), h. 2

Konsumen sebagai pengguna yang terdiri menurut orang pribadi (manusia alami), keluarga, kelompok masyarakat, dan masyarakat secara keseluruhan. Konsumen dalam hal ini pengguna atau pemakai jasa *laundry* pakaian, sebelum memberikan atau persetujuan kontrak atas pemakaian atau pemanfaatan jasa *laundry* pakaian, pemakai jasa tersebut harus memperoleh hak-haknya dan dapat melakukan kewajiban-kewajibannya sehingga dalam mengkonsumsi dan/atau memanfaatkan jasa *laundry* pakaian dapat memberikan kenyamanan, keamanan dan keselamatan bagi konsumen tersebut atas jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha.

Hak dan kewajiban-kewajiban konsumen tersebut dapat dilihat dalam ketentuan Pasal 4 dan Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, yaitu:

1. Hak atas kenyamanan, keamanan dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.<sup>33</sup>
2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
3. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan.
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen.
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi/penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

---

<sup>33</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: UIN-Malang Perss, 2007), cet I, h. 111.

Tentang kewajiban konsumen berdasarkan ketentuan Pasal 5, sebagai berikut :

1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan.<sup>34</sup>
2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa.
3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati
4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Sementara itu, dalam menyelenggarakan kegiatan usaha atau menawarkan jasanya pelaku usaha jasa *laundry* pakaian harus memperhatikan hal-hal yang dilarang dengan tegas oleh ketentuan pada Pasal 8 Ayat (1) butir a, d, e, f, j, Ayat (2) dan Ayat (4) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, yang menyatakan :

Pasal 8 Ayat (1) butir a, d, e, f, j : “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
- 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;
- j. tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

---

<sup>34</sup> Elsi Kartika Sari dan Advendi Simanunsong, *Hukum Dalam Ekonomi*, (Jakarta: Grafindo, 2007), h. 162.

Pasal 8 ayat (2) : “ pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang tersebut.

Pasal 8 ayat (4) : “ pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

Selain itu, pelaku usaha dilarang dengan tegas menggunakan atau mencantumkan klausula baku atau syarat dan ketentuan baku dalam setiap dokumen dan/atau perjanjian seperti kontrak yang berbentuk kuitansi, faktur atau bon dalam *laundry* pakaian adalah berdasarkan isi ketentuan menurut Pasal 18 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, yang menjelaskan :

1. Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang bertujuan untuk diperdagangkan dilarang membuat atau mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan/atau perjanjian apabila:
  - a. Menyatakan pengalihan tanggungjawab 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 menurut 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 perubahan 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.

Undang-undang Perlindungan Konsumen tetap menganut tanggung jawab dengan kesalahan, hanya saja pembuktian adanya kesalahan pelaku usaha dibebankan kepada pelaku usaha bukan kepada konsumen sebagai penggugat. Hal ini berbeda dengan tanggung jawab berdasarkan Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata di mana beban pembuktian tentang adanya kesalahan dibebankan kepada penggugat dalam hal ini konsumen.<sup>35</sup>

Dengan berlakunya Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, setiap pelaku usaha (termasuk prinsipal) yang menjual barang dan jasa kepada konsumen baik langsung maupun tidak

---

<sup>35</sup> *Ibid.*, h. 49

langsung bertanggung jawab terhadap kualitas barang dan jasa serta kerugian yang diderita konsumen.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat dipahami bahwa yang menjadi pedoman atau acuan untuk melindungi hak-hak para konsumen pemerintah telah menetapkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Dengan ditetapkannya Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen supaya dapat melindungi hak-hak konsumen yang merasa dirugikan.

## 2. Perlindungan Konsumen menurut Hukum Ekonomi Syari'ah

Definisi konsumen berangkat dari pandangan atau konsep Islam terhadap harta, hak dan kepemilikan dengan transaksi atau tidak.<sup>36</sup> Konsumen dalam hukum ekonomi syari'ah tidak terbatas perorangan saja, tetapi juga menyangkut suatu badan hukum.<sup>37</sup>

Perlindungan atas Konsumen merupakan hal yang sangat penting dalam hukum ekonomi syari'h. Islam melihat sebuah perlindungan konsumen bukan sebagai hubungan keperdataan semata melainkan menyangkut kepentingan publik secara luas, bahkan menyangkut hubungan antara manusia dengan Allah SWT. Dalam konsep hukum ekonomi syari'ah perlindungan atas tubuh berkait dengan hubungan vertikal (Manusia dengan Allah) dan horizontal (Sesama manusia).

---

<sup>36</sup> Muhammad, *Etika Perlindungan Konsumen dan Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: BPFE, 2004), h. 128

<sup>37</sup> *Ibid*, h. 130

Telaah atas perlindungan konsumen muslim atas produk barang dan jasa menjadi sangat penting setidaknya disebabkan oleh beberapa hal, antara lain: Pertama, bahwa konsumen Indonesia mayoritas merupakan konsumen beragama Islam yang sudah selayaknya mendapatkan perlindungan atas segala jenis produk barang barang dan jasa yang sesuai dengan kaidah-kaidah dalam hukum ekonomi syari'ah. Berdasarkan hal tersebut, maka masyarakat Islam (Konsumen Muslim) harus mendapatkan perlindungan atas kualitas mutu barang dan jasa serta tingkat kehalalan suatu barang dan jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha. Pertanyaan yang muncul adalah sejauhmanakah tingkat pemahaman serta kepedulian masyarakat atas kepedulian masyarakat atas hak mereka untuk mendapatkan barang yang baik dari segi fisik dan juga halal ? Kedua, bahwa pemerintah Indonesia sudah harus melakukan upaya aktif untuk melindungi konsumen-konsumen yang mayoritas beragama Islam. Perlindungan konsumen merupakan hak warga negara yang pada sisi lain merupakan kewajiban negara untuk melindungi warga negaranya khususnya atas produk yang halal dan baik. Bagaimanakah peran negara untuk melindungi masyarakat muslim di Indonesia untuk mendapatkan kualitas fisik barang setra kehalalan barang tersebut. Perintah Allah untuk mengkonsumsi makanan yang halal dan baik telah terdapat dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah (2) ayat 168:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِن ثَمَرِهِ إِذَا أَثْمَرَ وَابْتَئُوا لِحْيَتَهُ إِذَا رَجَعَهُ إِلَى سَائِلِيهِ مِن ذُرِّيَّتِهِ طَبَعًا حَلَالًا حَلَالًا لَّعَلَّكُمْ تَتَّقُونَ

*Artinya : “Wahai manusia makanlah dari makanan yang halal lagi baik terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syetan. Sesungguhnya syetan itu adalah musuh yang nyata bagimu”*

Penegakan hukum perlindungan konsumen memang sangat dibutuhkan untuk menghindarkan konsumen, bukan berarti secara serta merta dapat dikatakan bahwa konsumen telah terlindungi sepenuhnya, karena masih ada hal lain yang perlu mendapat perhatian, khususnya konsumen muslim, di mana konsumen muslim tidak hanya membutuhkan kesehatan fisik tapi juga kesehatan/ketenteraman rohani, yakni terbebas dari mengonsumsi barang-barang yang haram, baik haram karena zatnya maupun yang haram karena prosesnya.

Di samping keharaman zat dari suatu produk maupun keharaman karena prosesnya, masih banyak hal lain yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha untuk memberikan perlindungan kepada konsumen muslim, agar konsumen tidak dirugikan.

Kata pemakai yang terdapat pada undang-undang perlindungan konsumen tahun 1999 sesuai dengan substansi konsumen yang ada dalam Islam karena pemakaian tidak hanya berasal dari sebuah transaksi tukar menukar, namun banyak mencakup aspek lain seperti konsumsi terhadap barang-barang, konsumsi yang manusia berserikat padanya seperti air, api dan garam.<sup>38</sup>

Di bawah ini dapat dikemukakan beberapa kegiatan usaha dan hal terlarang dalam perdagangan, yang tentu saja sebagian di antaranya terkait

---

<sup>38</sup> Muhammad, *Etika Perlindungan Konsumen dan Ekonomi Islam*, h. 130-131

secara langsung dengan kepentingan konsumen. Usaha dan hal-hal terlarang yang dimaksud adalah: pelacuran dan peramalan nasib, perjudian, pengangkutan barang haram, menadah barang, merampok dan curian; jual beli dalam masjid, jual beli ketika azan jum'at, menimbun, mengurangi ukuran, sukatan dan timbangan; menyembunyikan cacat barang, persaingan sesama muslim dan riba.<sup>39</sup>

Apabila diperhatikan beberapa hal yang terlarang sebagaimana disebutkan di atas, maka secara garis besar dapat dibagi atas tiga bagian, yaitu haram secara umum, haram yang terkait dengan perlindungan konsumen dan haram yang terkait dengan persaingan usaha. Sebagaimana dapat dilihat dari hadis bahwa:

Rasulullah Saw, bersabda

عَنْ أَبِي عَبْدِ اللَّهِ النُّعْمَانِ بْنِ بَشِيرٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا قَالَ سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ : إِنَّ الْحَالَ بَيْنَ وَإِنَّ الْحَرَامَ بَيْنٌ وَبَيْنَهُمَا أُمُورٌ مُشْتَبِهَاتٌ لَا يَعْلَمُهُنَّ كَثِيرٌ مِنَ النَّاسِ، فَمَنْ اتَّقَى الشُّبُهَاتِ فَقَدْ اسْتَبْرَأَ لِدِينِهِ وَعِرْضِهِ، وَمَنْ وَقَعَ فِي الشُّبُهَاتِ وَقَعَ فِي الْحَرَامِ، كَالرَّاعِي يَزْعَى حَوْلَ الْحِمَى يُوشِكُ أَنْ يَرْتَعَ فِيهِ، أَلَا وَإِنَّ لِكُلِّ مَلِكٍ حِمَى أَلَا وَإِنَّ حِمَى اللَّهِ مَحَارِمُهُ أَلَا وَإِنَّ فِي الْجَسَدِ مُضْغَةً إِذَا صَلَحَتْ صَلَحَ الْجَسَدُ كُلُّهُ وَإِذَا فَسَدَتْ فَسَدَ الْجَسَدُ كُلُّهُ أَلَا وَهَالِقَاتُ

---

<sup>39</sup> Hamzah Ya'quh, *Kode Etik Dagang Menurut Islam, Pola Pembinaan Hidup dalam Berekonomi*, (Bandung: Diponegoro, 1984), h. 85

“Dari Abi Abdillah An-Nu'man bin Basyir radhiallahu 'anhuma berkata, aku mendengar Rasulullah shalallahu 'alaihi wa sallam bersabda : "Sesungguhnya yang halal itu jelas dan yang haram itu jelas, dan diantara keduanya ada perkara yang samar-samar (syubhat), kebanyakan manusia tidak mengetahuinya. Maka barangsiapa menjaga dirinya dari yang samar-samar itu, berarti ia telah menyelamatkan agama dan kehormatannya, dan barangsiapa terjerumus dalam wilayah samar-samar, maka ia telah terjerumus kedalam wilayah yang haram, seperti penggembala yang menggembala di sekitar daerah terlarang maka hampir-hampir dia terjerumus kedalamnya. Ingatlah setiap raja memiliki larangan dan ingatlah bahwa larangan Allah apa-apa yang diharamkan-Nya. Ingatlah bahwa dalam jasad ada sekerat daging jika ia baik maka baiklah seluruh jasadnya dan jika ia rusak maka rusaklah seluruh jasadnya. Ketahuilah bahwa segumpal daging itu adalah hati" (HR. Bukhari dan Muslim).<sup>40</sup>

Oleh karena beberapa di antara hal-hal yang diharamkan tersebut terkait dengan perlindungan konsumen dan terkait dengan persaingan usaha, yang pada akhirnya juga akan berpengaruh pada konsumen, maka dalam pembahasan muslim dalam perspektif hukum atau peraturan perundang-undangan Indonesia, tentu saja yang akan dibahas pun akan terbatas pada hal-ahal yang terkait dengan konsumen saja.

Sebagaimana diketahui bahwa peraturan perundang-undangan yang bermaksud untuk memberikan perlindungan kepada konsumen tidak hanya terbatas pada Undang-Undang Perlindungan Konsumen saja melainkan berbagai peraturan perundang-undangan dalam berbagai tingkatan, maka perlu diadakan pengkajian atas berbagai peraturan perundang-undangan

---

<sup>40</sup> Imam Al Ghazali, *Rahasia Halal-Haram, Hakikat Batin Perintah dan Larangan Allah, terjemahan Iwan Kurniawan, (Bandung: Mirzania 2007) h. 46*

tersebut tentang cakupannya dalam memberikan perlindungan kepada konsumen muslim.

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 muslim, berbeda dari Rancangan Undang-Undang Jaminan Produk Halal yang dari namanya sudah tampak bahwa undang-undang itu nantinya akan memberikan perlindungan kepada konsumen muslim, sehingga seolah-olah undang-undang itulah yang merupakan ketentuan perundang-undangan pertama yang memberikan perlindungan hukum kepada konsumen muslim.

## **C. Tinjauan Umum Tentang Laundry Pakaian**

### **1. Pengertian Laundry Pakaian**

Kegiatan bisnis mencuci pakaian sering dikenal dengan istilah jasa *laundry*.<sup>41</sup> *Laundry* adalah Usaha atau orang yang bergerak di bidang pencucian (penyetrikaan) pakaian. Sedangkan menurut Cahaya Nur Linda

---

<sup>41</sup> Bang Aswi, *Bisnis Laundry Kiloan*, (Jakarta: Penebar Plus, 2009), h. 7

*Laundry* atau binatu adalah jasa pencucian pakaian yang nilai jasanya dihitung berdasarkan berat cucian yang di *laundry*.<sup>42</sup> Hubungan antara pemilik usaha *laundry* dengan pengguna jasa *laundry* ini dikenal sebagai hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen dalam aspek hukum perlindungan konsumen.<sup>43</sup>

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat dipahami bahwa *laundry* adalah usaha yang bergerak dibidang jasa, yang mengutamakan pelayanan jasa. Yang meliputi pelayanan dalam bidang mencuci pakaian, menyetrika pakaian. Jasa laundry juga melayani laundry boneka, bad cover, dan lain-lain.

## **2. Jenis-Jenis Usaha *Laundry***

### **a. Jasa *Laundry* Kiloan**

Jasa *laundry* kiloan adalah suatu paket dalam *laundry* kiloan yang memberikan layanan berdasarkan ukuran berat.<sup>44</sup>

contoh:

- 1) pelayanan lengkap (cuci setrika).
- 2) pelayanan cuci (tanpa setrika).
- 3) pelayanan setrika.
- 4) pelayanan mengeringkan baju (menggunakan mesin pengering).

### **b. Jasa *Laundry* Bulanan.**

---

<sup>42</sup> Cahaya Nur Linda, *Sukses dan Kaya Raya dari Bisnis Usaha Laundry Kiloan*, (Jakarta: Dan Idea, 2015), h. 9.

<sup>43</sup> Agus Sucipto, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Malang: UIN-MALIKI PRESS, 2011), cet II, h. 60.

<sup>44</sup> Alistiorini dan Bambang Suharno, *80 Bisnis Balik Modal < 1 Tahun*, (Jakarta: Penebar Plus, 2011), cet I, h. 282.

Jasa *laundry* bulanan hampir sama dengan jasa *laundry* kiloan.

Paket ini merupakan paket yang lebih ekonomis.

- c. Jasa Pencucian Karpét , Bed Cover , Gorden.
- d. Jasa *laundry* seragam perusahaan.

Pada jasa ini, anda harus memberikan proposal kerjasama kepada suatu perusahaan sehingga semua seragam yang di pakai perusahaan dapat dicuci di *laundry*.

- e. Jasa *laundry* Untuk Karyawan Perusahaan.

Jenis *laundry* ini sama dengan jasa *laundry* sebelumnya, hanya saja perbedaan pada harga. Anda bisa menjadikan mereka sebagai pelanggan tetap di *laundry*.

- f. Dry Clean.

Jenis jasa *laundry* ini digunakan unutm membersihkan Jas, Kebaya, Boneka (bahan tertentu), Sepatu (bahan tertentu), Topi (bahan tertentu), dan lain-lain.

- g. Jasa *Laundry* Hotel.

Jasa ini sama dengan Jasa *laundry* perusahaan.

- h. Wet Clean

Jasa *laundry* ini sama dengan dry clean, tetapi lebih ramah lingkungan.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat dipahami bahwa terdapat berbagai jenis usaha *laundry* yang diterapkan atau digunakan oleh pelaku

usaha untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal tanpa membiarkan pelanggan menjadi kecewa.

### **3. Kewajiban Pemilik Usaha *Laundry* dan Hak Pengguna Usaha *Laundry***

Pemilik usaha *laundry* diwajibkan antara lain:

- a. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.<sup>45</sup>
- b. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- c. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

Oleh karena itu, sudah seharusnya pemilik usaha *laundry* menjamin bahwa jasa *laundry* yang ia miliki sesuai dengan apa yang diperjanjikan dengan menjaga agar pakaian yang di-*laundry* kembali ke tangan konsumen secara utuh. Pemilik usaha *laundry* wajib memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas pakaian yang hilang akibat pemanfaatan jasa *laundry* tersebut.

Ini juga sesuai dengan salah satu hak konsumen yaitu mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa

---

<sup>45</sup> Ahmadi Miru & Sutarmanto Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2004), cet I, h. 51.

yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.<sup>46</sup>

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat dipahami bahwa seharusnya pemilik usaha *laundry* dapat menjamin jasa *laundry* yang ia miliki sesuai dengan yang telah ia perjanjikan dengan menjaga supaya pakaian yang di-*laundry* dapat kembali ke tangan konsumen dalam keadaan yang utuh tidak terdapat kecacatan sedikitpun.

#### **4. Bentuk Ganti Kerugian**

Pemilik usaha *laundry* wajib memberikan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas pakaian hilang akibat pemakaian dan pemanfaatan jasa *laundry* tersebut.<sup>47</sup>

Ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan atau kerugian konsumen atas jasa yang diperdagangkan (*laundry*) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya. Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat dipahami bahwa pelaku usaha diwajibkan untuk bertanggung jawab atas kelalaian yang ditimbulkan dalam pelayanannya. Tanggung jawab ini berupa memberikan kompensasi dan

---

<sup>46</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: UIN-Malang Perss, 2007), cet I, h. 111.

<sup>47</sup> Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, (Jakarta: Transmedia Pustaka, 2008), h. 34.

ganti rugi kepada konsumen yang mengalami kerugian atas penggunaan barang atau jasa.

## 5. Langkah Hukum

Itikad baik dalam menjalankan usaha merupakan salah satu kewajiban pelaku usaha. Oleh karena itu, permintaan maaf atas hilangnya pakaian patut dilakukan. Pelaku usaha juga harus beritikad baik untuk mengganti pakaian yang hilang atau setidaknya memberi kepastian dan mau menggantinya. Pengguna jasa *laundry* yang dirugikan atas hilangnya pakaian pertama-tama tentu perlu membicarakan masalah ini secara baik-baik kepada pemilik usaha *laundry* untuk meminta ganti rugi. Bagaimanapun juga, upaya kekeluargaan wajib diutamakan sebelum mengambil langkah hukum.

Jika tidak berhasil, langkah hukum selanjutnya adalah menggugat pemilik usaha *laundry* kepada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (“BPSK”) atau badan peradilan. Apabila pemilik usaha *laundry* menolak dan/atau tidak memberi tanggapan dan/atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan pengguna jasa *laundry*, dapat digugat melalui badan penyelesaian sengketa konsumen atau mengajukan ke badan peradilan di tempat kedudukan konsumen.<sup>48</sup>

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat dipahami bahwa untuk mewujudkan usaha yang baik pelaku usaha harus mempunyai itikad baik kepada konsumen apabila terdapat kelalaian yang ditimbulkan oleh pelaku

---

<sup>48</sup> Nining Mukhtar dan Zaim Saidi, *Berperkara Secara Mudah, Murah Dan Cepat: Pengenalan Mekanisme Alternatif Penyelesaian Sengketa Konsumen: Pelajaran dari Uni Eropa*, (Jakarta: Pustaka, 2005), cet I, h. 89.

usaha yaitu dengan cara bertanggung jawab seperti: mengganti apabila ada pakaian yang hilang, kelunturan, sobek dan lain-lain. Apabila pelaku usaha tidak mau menggantinya maka konsumen dapat mengajukan gugatan ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen.

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Jenis dan Sifat Penelitian**

###### **1. Jenis penelitian**

Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Field Research*, atau penelitian lapangan. Penelitian lapangan (*Field Research*)

merupakan penelitian yang bertujuan mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi suatu sosial, individu, kelompok, lembaga, dan masyarakat.<sup>49</sup>

Dalam penelitian ini peneliti mempelajari secara mendalam tentang Aspek Hukum Ekonomi Syari'ah Pada Penerapan Pasal 2 UU. No. 8 Tahun 1999 tentang Asas Perlindungan Konsumen dalam jasa *laundry* pakaian. Terutama mengenai Pasal 2 UU. No. 8 Tahun 1999 tentang Asas Perlindungan Konsumen. Dalam penelitian ini peneliti mengambil lokasi di Kelurahan Iring Mulya 15A Kota Metro.

## **2. Sifat penelitian**

Penelitian ini bersifat deskriptif. Amiruddin dan Zainal Asikin menyatakan bahwa: “Penelitian Deskriptif merupakan penelitian yang bertujuan menggambarkan sifat-sifat individu, keadaan, gejala, atau kelompok tertentu, atau untuk menentukan penyebaran suatu gejala, atau untuk menentukan ada tidaknya hubungan antara suatu gejala dengan gejala lain dalam masyarakat.”<sup>50</sup>

Dari keterangan tersebut dapat disimpulkan bahwa penelitian deskriptif ini bertujuan untuk menggambarkan keadaan mengenai Aspek Hukum Ekonomi Syari'ah Pada Penerapan Pasal 2 UU. No. 8 Tahun 1999 tentang Asas Perlindungan Konsumen dalam jasa *laundry* pakaian yang

---

<sup>49</sup> Husaini Usman dan Purnomo Setiadi Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004), cet. V, h. 4.

<sup>50</sup> Amiruddin dan Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), h. 25.

diuraikan dengan kata-kata atau kalimat-kalimat untuk memperoleh kesimpulan.

## **B. Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh.<sup>51</sup> Menurut *Lofland* sumber data dalam penelitian utama kualitatif adalah kata-kata, tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen-dokumen, sumber data tertulis, foto, dan lain-lain.<sup>52</sup> Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua sumber yaitu:

### **1. Sumber data primer**

Sumber data primer merupakan data yang diperoleh langsung di lapangan dari narasumber yang terkait dengan permasalahan yang akan diteliti, yaitu dari beberapa tempat usaha *laundry* yang berada di Kelurahan Iring Mulya 15 A Kota Metro, dan para konsumen yang telah menggunakan peyalanan jasa *laundry* pakaian tersebut. Sumber data primer didapatkan dari populasi dan sampel.

#### **a. Populasi**

Populasi adalah sekelompok orang, benda atau hal yang menjadi sumber pengambilan sampel. Menurut Joko Subagyo “populasi adalah objek penelitian sebagai sasaran untuk mendapatkan dan mengumpulkan data”.<sup>53</sup> Berdasarkan pengertian tersebut dapat diartikan bahwa populasi

---

<sup>51</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka, 2006), h. 129

<sup>52</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarva, 2009), h. 157

<sup>53</sup> Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), h. 23.

merupakan objek untuk mengumpulkan data-data penelitian yang ingin diperoleh secara benar adanya. Populasi dalam penelitian ini adalah beberapa tempat jasa *laundry* yang berada di Kelurahan Iring Mulyo Kota Metro, yaitu: 20 jasa *laundry* yang ada di Kelurahan Iring Mulyo, diantaranya: Pelangi *Laundry*, Tama *Laundry*, Fizi *Laundry*, Kampus *Laundry*, Arafah *Laundry*, Fadhil *Laundry*, Ratwo *Laundry*, Zizi *Laundry*, Simply Fresh *Laundry*, Sari *Laundry*, Jatel *Laundry*, Lianda *Laundry*, Twister *Laundry*, Cika *Laundry*, Srikandi *Laundry*, Zidan *Laundry*, Rama *Laundry*, Nila *Laundry*, Lina *Laundry* dan Bara *Laundry*

b. Sampel

Sampel adalah himpunan bagian atau sebagian dari populasi.<sup>54</sup> Sampel diambil bila penelitian merasa tidak mampu meneliti seluruh populasi karena cakupannya sangat luas.

Dalam penelitian ini, untuk dapat mencapai apa yang diharapkan maka penelitian menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu cara pengambilan sample yang dilakukan dengan cara mengambil subyek bukan didasarkan atas strata, random, atau daerah tapi didasarkan atas adanya tujuan tertentu.<sup>55</sup> Peneliti akan melakukan penelitian di tempat usaha *laundry*, Maka sampel sumber datanya adalah orang atau pelaku usaha *laundry*. Sampel yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah 3 (tiga) tempat usaha *laundry* pakaian dan para

---

119. <sup>54</sup> Bambang Sunggono, *Metodologi Penelitian Hukum*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h.

<sup>55</sup> Sugiyono, *Metode Penelitiann Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2013,) h. 156.

konsumen yang menggunakan pelayanan jasa *laundry* yang berada di Kelurahan 15A Kota Metro, alasan peneliti hanya mengambil tiga tempat usaha *laundry* pakaian sebagai sampel diatas dikarenakan, sampel tersebut sudah mewakili karakteristik responden yang dapat dijadikan informasi yang dapat mendukung penelitian ini.

### c. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang telah tersedia dalam berbagai bentuk.<sup>56</sup> Adapun sumber data sekunder dalam penelitian ini menggunakan bahan primer dan bahan sekunder. Bahan primer berupa Peraturan Perundang-undangan, dan bahan sekunder berupa buku, artikel, hasil penelitian lainnya yang membahas mengenai Aspek Hukum Ekonomi Syari'ah Pada Penerapan Pasal 2 UU. No. 8 Tahun 1999 tentang Asas Perlindungan Konsumen.<sup>57</sup> Bahan-bahan yang dapat dijadikan rujukan dalam penelitian yakni berupa buku-buku yang berkaitan dengan masalah misalnya seperti buku Hukum Perlindungan Konsumen, Hukum Ekonomi dan Ekonomi Islam Dalam Perkembangan, dan buku Menghadapi Ketidakadilan Kaum Produsen: Rujukan untuk Menghadapi Segala Bentuk Kecurangan Pelaku Usaha dan lain sebagainya. Kumpulan Peraturan Perundang-undangan khususnya peraturan-peraturan yang mengatur tentang Perlindungan Konsumen.

## C. Teknik Pengumpulan Data

---

<sup>56</sup> Moehar Daniel, *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2002), cet. I, h. 113

<sup>57</sup> Mukti Fajar, *Tanggungjawab Sosial Perusahaan di Indonesia*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), cet. II, h. 40

Metode pengumpulan data dalam penelitian mempunyai tujuan untuk mengungkap fakta mengenai variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara dan dokumentasi.

## 1. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah, artinya pertanyaan datang dari pihak yang mewawancarai dan jawaban diberikan oleh yang diwawancarai. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu *pewawancara* (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan *terwawancara* (interviewee) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.<sup>58</sup>

Wawancara dibedakan menjadi tiga macam, yaitu:

- a. Wawancara bebas (*unguided interview*), di mana pewawancara bebas menanyakan apa saja tetapi juga mengingat akan data apa saja yang akan dikumpulkan.<sup>59</sup>
- b. Wawancara terpimpin (*guided interview*), yaitu interview yang dilakukan oleh pewawancara dengan membawa sederet pertanyaan lengkap dan terperinci seperti yang dimaksud dalam interview terstruktur.
- c. Wawancara bebas terpimpin, yaitu kombinasi antara wawancara bebas dan wawancara terpimpin.

---

<sup>58</sup> Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), h. 105.

<sup>59</sup> Edi Kusnadi, *Metodologi Penelitian : Aplikasi Praktis*, (Jakarta: Ramayana Pers dan STAIN Metro, 2008), h. 96.

Dalam penelitian ini, untuk dapat mencapai apa yang diharapkan maka penelitian menggunakan metode wawancara terpimpin, untuk mewawancarai responden yaitu pelaku usaha, karyawan atau pegawai di tempat usaha *laundry* dan juga konsumen di Kelurahan Iring Mulya 15a Kota Metro. Metode ini digunakan untuk memperoleh informasi dengan bertanya langsung kepada responden.

## 2. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu metode yang digunakan untuk mengumpulkan data yang bersumber dari tulisan atau dokumen.<sup>60</sup> Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data dari bahan yang sudah jadi yaitu buku-buku yang ada kaitannya dengan judul penelitian.

### D. Teknik Analisis Data

Teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah teknis analisis data kualitatif, Karena data yang digunakan berupa informasi, uraian dalam bentuk bahasa prosa kemudian dikaitkan dengan data lainnya untuk mendapat kejelasan terhadap suatu kebenaran atau sebaliknya, sehingga memperoleh gambaran baru ataupun menguatkan suatu gambaran yang sudah ada.<sup>61</sup>

Setelah data terkumpul dipilih-pilih dan disajikan, maka langkah selanjutnya adalah menarik kesimpulan dengan menggunakan metode

---

<sup>60</sup> *Ibid.*, h. 102.

<sup>61</sup> Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktek*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004), h. 106

induktif, yaitu penarikan kesimpulan dari hal-hal yang bersifat khusus menuju kepada hal-hal umum. Metode tersebut peneliti gunakan untuk menganalisa Aspek Hukum Ekonomi Syariah Pada Penerapan Pasal 2 UU. No. 8 Tahun 1999 tentang Asas Perlindungan Konsumen dalam jasa *laundry* pakaian yang selanjutnya peneliti generalisasikan menjadi kesimpulan yang bersifat umum.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Profil Kelurahan Iring Mulya 15A Kota Metro**

##### **1. Sejarah berdirinya Kelurahan Iring Mulya Kecamatan Metro Timur**

Cikal bakal terjadinya Kelurahan Iringmulya adalah bermula dari pecahan transmigrasi dari Jawa yang dipimpin oleh Almarhum D Gondo Wardoyo yang membuka lahan di Lampung Tengah itu menjadi 3 (tiga) daerah pemukiman yaitu:

##### **1. 15 A Iringmulyo**

2. 15 B Imopuro

3. 15 Polos Metro

Kemudian dengan kesepakatan yang diambil pada tahun 1938 maka diambil keputusan untuk menjadikan ketiga bedeng itu menjadi satu kampung yang diberi nama Kampung Metro. Dengan berlakunya Undang-Undang No. 5 tahun 1979 tentang pemerintahan Desa maka pada tanggal 18 Agustus 1982 Kampung Metro ditingkatkan menjadi Kelurahan Metro. Berdasarkan Perda Kota Metro Nomor 25 Tahun 2001, maka Kelurahan Metro dipecah menjadi 3 (tiga) bagian yaitu Iringmulyo, Imopuro dan Metro, dengan berlakunya Perda Kota Metro Nomor 25 Tahun 2001 tersebut maka Iringmulyo resmi menjadi Kelurahan yang secara geografis termasuk kedalam Kecamatan Metro Timur.<sup>62</sup>

Adapun batas wilayah Kelurahan Iringmulyo Kecamatan Metro Timur adalah sebagai berikut :

- a. Sebelah Utara : Kelurahan Yosorejo dan Kelurahan Yosodadi.
- b. Sebelah Timur : Kecamatan Batanghari Kab. Lampung Timur
- c. Sebelah Selatan : Kelurahan Tejoagung dan Kelurahan Mulyojati  
Kecamatan Metro Barat
- d. Sebelah Barat : Kelurahan Metro Kecamatan Metro Pusat.

Jarak Kelurahan Iring Mulyo ke Ibu Kota Kecamatan adalah  $\pm$  1 km dengan waktu tempuh  $\pm$  5 menit. Jarak ke pusat pemerintahan adalah  $\pm$  2 km dengan waktu tempuh  $\pm$  10 menit, sedangkan jarak ke Ibu Kota provinsi adalah 48 km dengan waktu tempuh  $\pm$  1 jam.<sup>63</sup>

---

<sup>62</sup> *Monografi* Kelurahan Iringmulyo Kec. Metro Timur, Kota Metro.

<sup>63</sup> *Ibid.*

a. Visi Kelurahan Iring Mulya Kecamatan Metro Timur Kota Metro.

Adalah Visi terwujudnya pemerintahan yang baik melalui pelayanan yang prima menuju masyarakat yang sejahtera.

b. Misi:

1. Mewujudkan aparat kelurahan yang baik, disiplin dan profesional dalam melaksanakan tugas yang dilandasi tanggung jawab dan ketakwaan kepada Tuhan yang Maha Esa.
2. Mewujudkan pelayanan yang optimal, transparan dan bebas korupsi.
3. Meningkatkan pemberdayaan masyarakat untuk mewujudkan kemandirian dan kesejahteraan masyarakat.<sup>64</sup>

2. Jumlah penduduk Kelurahan Iring Mulyo Kecamatan Metro Timur Kota Metro, keadaan sarana dan prasarana ibadah Kelurahan Iring Mulyo Kecamatan Metro Timur Kota Metro.

1) Jumlah penduduk menurut

a) Jenis kelamin

1. Laki-laki : 6.832 orang
2. Perempuan : 6.684 orang
3. Jumlah : 13.516 orang

b) Kepala keluarga (KK) : 3,406 KK

c) Kewarganegaraan

1. WNI

- a. Laki-laki : 6.832 orang

---

<sup>64</sup> Papan keterangan visi misi kelurahan Iring Mulyo Kec. Metro Timur Kota Metro.

- b. Perempuan : 6.684 orang
- c. Jumlah : 13.516 orang

2. WNA

- a. Laki-laki : kosong
- b. Perempuan : kosong
- c. Jumlah : kosong<sup>65</sup>

**B. Penerapan Pasal 2 Undang-Undang. No. 8 Tahun 1999 Tentang Asas Perlindungan Konsumen Dalam Jasa Laundry Pakaian di Kelurahan Iring Mulya 15A Kota Metro**

Keberadaan jasa *laundry* tentu memberikan pelayanan yang bermacam-macam baik pelayanan yang positif maupun yang negatif. Pelayanan yang positif yaitu terpenuhinya keinginan konsumen dalam menggunakan jasa *laundry* pakaian sesuai dengan yang diinginkan. Sedangkan pelayanan yang negatif dalam menggunakan jasa *laundry* pakaian, seperti: pakaian kelunturan, selip dan kehilangan pakaian. Hal tersebut dapat menimbulkan kerugian dan penyesalan dari salah satu pihak. Apalagi konsumen tidak mengetahui adanya penerapan perjanjian baku (perjanjian sepihak) yang dibuat dan ditetapkan oleh pelaku usaha dalam menjalankan usaha *laundry* pakaian.

Berdasarkan hasil survei yang peneliti lakukan di Kelurahan Iring Mulyo Kecamatan Metro Timur Kota Metro, diketahui bahwa ada dua puluh

---

<sup>65</sup> *Monografi* kelurahan Iring Mulyo Kec. Metro Timur, Kota Metro.

(20) tempat usaha jasa *laundry* pakaian diantaranya: Pelangi *Laundry*, Fizi *Laundry*, Tama *Laundry*, *Laundry* Kampus, Arafah *Laundry*, Fadhill *Laundry*, Ratwo *Laundry*, Zizi *Laundry*, Simply Fresh *Laundry*, Sari *Laundry*, Jatel *Laundry*, Lianda *Laundry*, Twister *Laundry*, Cika *Laundry*, dan Srikandi *Laundry*, Zidan *Laundry*, Rama *Laundry*, Nila *Laundry*, Lina *Laundry* dan Bara *Laundry*. Dan peneliti mengambil tiga tempat jasa *laundry* yang ada di Kelurahan Iring Mulyo 15A yang akan diteliti.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti melakukan interview ketiga tempat jasa *laundry* yang ada di Kelurahan Iring Mulyo 15 A yaitu sebagai berikut:

Pertama, Pelangi *Laundry* yang terletak di Jl. Ki Hajar Dewantara 15 A Iring Mulyo, bersebrangan dengan usaha Fizi *laundry* Iring Mulyo. Pelangi *laundry* adalah usaha milik Bapak Aldo yang merupakan pemilik tunggal. Bapak Aldo adalah pria yang bertempat tinggal di Jl. Terong kelurahan Yosomulyo kecamatan Metro Timur Kota Metro. Bapak Aldo merupakan penduduk asli Kota Metro. Usaha *laundry* ini didirikan oleh Bapak Aldo sejak 5 tahun yang lalu. Tempat usaha atau bangunan ruko yang di gunakan untuk menjalankan usaha Pelangi *laundry* ini adalah milik Bapak Muharji, dengan biaya sewa pertahun delapan juta. Bapak Aldo memiliki empat karyawan , satu karyawan bertugas menyetrika pakaian, yang satu bertugas mengepak pakaian, yang dua bertugas untuk menjaga tempat usaha *laundry*. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu karyawan Bapak Aldo memilih untuk mendirikan usaha *laundry* pakaian adalah karena letaknya strategis yang dekat

dengan kampus dan juga memanfaatkan peluang yang dapat menghasilkan uang.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada salah satu karyawan Bapak Aldo atau pemilik tempat usaha *laundry* pakaian, menjelaskan bahwa dalam perkembangannya pengguna atau pemakai jasa *laundry* pakaian yang menggunakan layanan jasa *laundry* mencapai 10-30 pengguna atau pemakai dalam waktu sehari.<sup>66</sup> Dalam hal ini pemilik tempat jasa *laundry* pakaian belum sepenuhnya mengerti tentang penerapan asas perlindungan konsumen, jika ada konsumen yang haknya dilanggar dalam kenyamanan memakai jasa *laundry* atau dalam pemberian pelayanan seperti pakaian kelunturan, maka pemilik tempat jasa *laundry* akan memberi ganti rugi kepada konsumen akan tetapi dalam jangka waktu 3 hari setelah pengambilan pakaian dari tempat usaha *laundry*, jika melebihi waktu tersebut pihak *laundry* tidak lagi menerima complain. Karena pemilik jasa *laundry* telah menerapkan perjanjian secara sepihak (perjanjian baku). Menurut pemilik tempat jasa *laundry* yang paling bertanggung jawab ketika ada kerugian adalah konsumen itu sendiri karena dari awal sudah adanya perjanjian secara sepihak yang ditetapkan oleh pelaku usaha.

Kedua, Fizy *Laundry* yang terletak di Jl. Ki Hajar Dewantara 15 A Iring Mulyo, bersebrangan dengan usaha Pelangi *laundry* Iring Mulyo. Pelangi *laundry* adalah usaha milik Ibu Liza Nurfitasari yang merupakan pemilik

---

<sup>66</sup> Hasil wawancara tempat usaha Pelangi *Laundry*, *Wawancara*. Iring Mulyo 15A Kota Metro 30 Juli 2016.

tunggal.<sup>67</sup> Ibu Liza merupakan penduduk asli Kota Metro. Usaha Fizi *laundry* ini sudah berdiri sejak tahun 1 tahun yang lalu. Tempat untuk menjalankan usaha *laundry* atau bangunan ruko adalah milik Ibu Liza sendiri. Ibu Liza memiliki dua karyawan untuk menjalankan usaha *laundry*nya. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Liza diketahui bahwa alasannya memilih usaha *laundry* karena untuk memperoleh penghasilan yang dapat saya gunakan untuk menunjang kebutuhan hidup sehari-hari dan perubahan gaya hidup dan tuntutan kesibukan, banyak mahasiswa, karyawan, dan ibu rumah tangga, yang tidak memiliki waktu untuk mencuci pakaian mereka, dan menyerahkannya pada usaha *laundry* kiloan.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada Ibu Liza atau pemilik tempat jasa *laundry* pakaian dalam penerapannya belum menerapkan asas perlindungan konsumen, karena belum mengerti tentang penerapan asas perlindungan konsumen. Dan juga karena masih baru mendirikan tempat usaha *laundry* tersebut. Meskipun sudah ada beberapa konsumen yang mengeluh tentang haknya dilanggar dari pihak pelaku usaha akan tetapi pemilik usaha *laundry* akan mendengarkan keluhan dari konsumen, dengan syarat diberi waktu untuk complain 1 x 24 jam. Di luar dari waktu yang telah ditentukan bukan lagi tanggung jawab pihak jasa *laundry* pakaian. Karena sudah tertuang dalam perjanjian sepihak yang dibuat oleh pelaku usaha *laundry*.

---

<sup>67</sup> Hasil wawancara tempat usaha Fizi *Laundry*, *Wawancara*. Iring Mulyo 15A Kota Metro 30 Juli 2016.

Ketiga, Tama *Laundry* yang terletak di Jl. Ahmad Yani No. 80 15 A Iring Mulyo, yang bersebrangan dengan Candra Mart Iring Mulyo. Tama *laundry* adalah usaha milik Ibu Yuyun yang merupakan pemilik tunggal. Ibu Yunus adalah yang bertempat tinggal di Jl. Ahmad Yani kelurahan Iring Mulyo kecamatan Metro Timur Kota Metro. Ibu Yunus merupakan penduduk asli Kota Metro. Usaha *laundry* ini didirikan oleh Ibu Yunus sejak dua tahun ( 2 ) tahun yang lalu. Ibu Yunus berprofesi sebagai dosen di Stain Jurai Siwo Metro yang mengajar di jurusan tarbiyah. Tempat usaha atau bangunan ruko yang di gunakan untuk menjalankan usaha Pelangi *laundry* ini adalah milik Ibu Yunus sendiri. Ibu Yunus mempunyai lima karyawan untuk usaha menjalankan usaha *laundry*nya. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Yunus memilih untuk mendirikan usaha *laundry* pakaian adalah karena untuk memanfaatkan peluang yang dapat menghasilkan uang.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada Ibu Yunus atau pemilik usaha *laundry* juga menjelaskan bahwa beliau sudah menerapkan asas-asas perlindungan konsumen berdasarkan aspek hukum ekonomi syariah karena terdapat beberapa konsumen yang complain atas pelayanan yang diberikan oleh pihak *laundry*, seperti pakaian selip, kelunturan, dan kehilangan pakaian. Maka pihak *laundry* akan menanggapi complain tersebut selama pihak konsumen meneliti pakaian yang di *laundry* di tempat usaha *laundry* pada waktu tersebut. Karena pihak *laundry* hanya memberikan waktu complain sewaktu barang di periksa ditempat. Keluar dari waktu itu maka pihak *laundry* tidak mau tahu dan tidak akan bertanggung jawab atas

complain dari konsumen. Karena pihak *laundry* sudah menerapkan perjanjian secara sepihak.<sup>68</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengguna atau konsumen jasa *laundry* pakaian di Kelurahan Iring Mulya 15 A Kota Metro yaitu sebagai berikut:

Retty Ariyani merupakan konsumen dari pengguna jasa Pelangi *laundry* pakaian, Retty mengemukakan bahwa mengenal jasa *laundry* pakaian dari tahun 2011 dalam seminggu dapat menggunakan pelayanan jasa *laundry* hingga 3 kali. Se jauh ini ia menjelaskan bahwa pernah terdapat kelalaian yang dilakukan oleh pelaku usaha, yang mana pakaian yang di *laundry* hilang. Menurutnya dalam hal ini yang paling bertanggung jawab adalah pihak pelaku usaha yang tidak mau memberikan kompensasi kepada konsumen. Karena Retty tidak mengetahui adanya penerapan perjanjian baku yang dibuat oleh pelaku usaha dan ia melakukan complain selang empat hari setelah pengambilan pakaian.<sup>69</sup>

Sama halnya yang dikemukakan oleh Gita Lestari bahwa ia menggunakan jasa *laundry* dari tahun 2011 dalam seminggu dapat menggunakan pelayanan jasa *laundry* hingga 3 kali dan sejauh ini pernah mengeluhkan pelayanan pelaku usaha jasa *laundry*.<sup>70</sup> Yang mana pada saat

---

<sup>68</sup> Hasil wawancara tempat usaha *laundry* Fizi Laundry, Wawancara. Iring Mulyo 15A Kota Metro 30 Juli 2016.

<sup>69</sup> Hasil wawancara kepada Retty Ariyani, konsumen jasa Pelangi *laundry* pakaian di Kelurahan Iringmulyo 15 A pada tanggal 30 Juli 2016.

<sup>70</sup> Hasil wawancara kepada Gita Lestari, konsumen jasa Pelangi *laundry* pakaian di Kelurahan Iringmulyo 15 A pada tanggal 30 Juli 2016.

Gita mengambil pakaiannya ia tidak memeriksanya ditempat, setelah setibanya di rumah ternyata salah satu pakaiannya terdapat kelunturan. Akan tetapi Gita tidak langsung melakukan complain, melainkan ia complain selang waktu 4 hari. Maka dari pihak *laundry* tidak menanggapi complain dari konsumen karena sudah lewat dari waktu yang telah ditentukan yang terdapat pada perjanjian baku yang dibuat secara sepihak oleh pemilik usaha *laundry*. Dalam hal ini Gita sendiri tidak mengetahui adanya penerapan perjanjian baku yang dibuat oleh pelaku usaha *laundry* pakaian.

Sama halnya dengan yang dikemukakan oleh Yuliana Safitri atau konsumen dari pengguna jasa Fizi *laundry*, ia mengemukakan bahwa menggunakan jasa *laundry* pakaian sejak tahun 2015 hingga sekarang. Selama memakai pelayanan jasa *laundry* pakaian beberapa kali merasakan adanya kelalaian dalam pelayanan dari jasa *laundry* pakaian yang dilakukan oleh pelaku usaha yang mana dalam memberikan pelayanannya tidak sesuai dengan keinginan dari konsumen seperti pakaian terdapat kelunturan, namun dalam hal kelalaian yang disebabkan oleh pihak jasa *laundry* pakaian tersebut ia enggan untuk melaporkan kepada pihak yang berwajib, karena tidak mengetahui adanya penerapan asas perlindungan konsumen yang dapat menganani permasalahan jasa *laundry* pakaian. Hal tersebut sangat dikeluhkan oleh Yuliyana Safitri karena dari pihak pemerintah belum mensosialisasikan tentang penerapan asas perlindungan konsumen yang dapat melindungi hak-hak dalam melindungi konsumen.<sup>71</sup>

---

<sup>71</sup> Hasil wawancara kepada Yuliyana Safitri, konsumen jasa Fizi *laundry* pakaian di Kelurahan Iringmulyo 15 A pada tanggal 30 Juli 2016.

Berbeda lagi dengan yang dikemukakan oleh Ibu Herlina konsumen dari jasa Tama *laundry*, ia sudah menggunakan jasa *laundry* pakaian dari tahun 2014. Dalam seminggu dapat menggunakan pelayanan jasa *laundry* hingga 2 kali. Ibu Herlina tidak pernah merasakan adanya kelalaian yang ditimbulkan oleh pelaku usaha dalam memberikan pelayanannya, karena semua sesuai dengan keinginannya. Akan tetapi, tidak faham dengan adanya penerapan asas perlindungan konsumen.<sup>72</sup>

Menurut Desi Wulandari pengguna jasa Tama *laundry*, ia sudah menggunakan pelayanan jasa *laundry* dari tahun 2014 dalam seminggu menggunakan jasa *laundry* hingga 2 kali dan sejauh ini juga belum pernah mengeluhkan pelayanan pelaku usaha jasa *laundry*.<sup>73</sup>

Berdasarkan hasil wawancara penelitian yang peneliti lakukan kepada pengguna jasa *laundry* pakaian, bahwa terdapat kekelalaian yang banyak dikeluhkan oleh konsumen, bentuk kelalaian yang mereka rasakan yaitu: pakaian kelunturan, selip dan hilang pakaian yang dilakukan oleh pihak pelaku jasa *laundry* pakaian, hal ini sangat merugikan pihak konsumen, yang tentunya melanggar kaidah hukum dalam memberikan pelayanan yang kurang baik dan tidak mendapatkan keadilan sebagaimana terdapat dalam penerapan kelima asas yang terdapat dalam hukum perlindungan konsumen.

---

<sup>72</sup> Hasil wawancara kepada Ibu Herlina, konsumen jasa Tama *laundry* pakaian di Kelurahan Iringmulyo 15 A pada tanggal 30 Juli 2016.

<sup>73</sup> Hasil wawancara kepada Desi Wulandari, konsumen jasa Tama *laundry* pakaian di Kelurahan Iringmulyo 15 A pada tanggal 30 Juli 2016.

Konsumen sebagai pengguna jasa *laundry* pakaian, sebelumnya memberikan kesepakatan atau persetujuan kontrak atas pemakaian atau pemanfaatan jasa *laundry* pakaian, pengguna jasa tersebut harus memperoleh pelayanan sesuai dengan penerapan kelima asas perlindungan konsumen yaitu: asas manfaat, asas keadilan, asas keseimbangan, asas keamanan dan keselamatan konsumen dan juga asas kepastian hukum bagi konsumen tersebut atas jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha jasa *laundry* pakaian.

### **C. Analisis Aspek Hukum Ekonomi Syariah Pada Penerapan Pasal 2 Undang-Undang. No. 8 Tahun 1999 Tentang Asas Perlindungan Konsumen Dalam Jasa Laundry Pakaian di Kelurahan Iring Mulya 15A Kota Metro**

Aspek Hukum Ekonomi Syariah merupakan hal yang sangat penting dalam penerapan asas perlindungan konsumen. Dalam Aspek hukum ekonomi syariah penerapan asas perlindungan konsumen bukan hanya sebagai hubungan keperdataan semata melainkan menyangkut kepentingan pihak secara luas, bahkan menyangkut hubungan antara manusia dengan Allah SWT.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan di tiga tempat usaha *laundry* pakaian yang berada di Kelurahan Iring Mulya 15 A Kota Metro peneliti akan menguraikan tentang tentang penerapan asas perlindungan konsumen berdasarkan aspek hukum ekonomi syariah. Menunjukkan bahwa penerapan asas perlindungan konsumen bahwasanya belum diindahkan atau diterapkan oleh para pelaku usaha jasa *laundry* pakaian yang di Kelurahan Iring Mulya 15

A Kota Metro. Padahal dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen dan juga dalam ajaran Islam sudah menetapkan untuk dapat menegakkan hukum perlindungan konsumen, sudah diberlakukannya asas-asas yang berfungsi sebagai landasan penetapan hukum.

Peraturan mengenai asas-asas yang berlaku dalam hukum perlindungan konsumen dirumuskan dalam pasal 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyebutkan perlindungan konsumen berasaskan manfaat, asas keadilan, serta keseimbangan, asas keamanan dan keselamatan konsumen serta asas kepastian hukum.

Pada tiga tempat jasa *laundry* pakaian yang berada di Kelurahan Iring Mulyo 15 A Kota Metro. Belum menerapkan sepenuhnya asas manfaat yang mana dalam hal ini para pelaku usaha belum memberikan pelayanan yang baik sebagaimana mestinya. Yaitu yang sesuai dengan keinginan konsumen, para pelaku usaha jasa *laundry* pakaian tidak tepat waktu dalam memberikan pelayanannya. Dan para pelaku usaha dari ketiga tempat jasa *laundry* pakaian belum menerapkan asas keadilan yang mana apabila terjadi kerugian yang timbul karena kelalaian dari pihak jasa *laundry* seperti kelunturan pakaian, selip, bahkan hilang, pihak jasa *laundry* tidak mau memberikan kompensasi dikarenakan pihak *laundry* sudah menetapkan ketentuan-ketentuan yang dibuat oleh pelaku usaha. Dalam hal ini para konsumen yang menggunakan ketiga jasa *laundry* merasa dirugikan dan dikecewakan. Karena pada dasarnya antara pelaku usaha dan juga konsumen seharusnya sama-sama mendapatkan manfaat yang sebesar-besarnya dari usaha *laundry* dan juga antara pelaku usaha dan

juga konsumen harus saling adil dalam melakukan kegiatan ekonomi yaitu penggunaan jasa *laundry*.

Dalam memberikan pelayanannya ketiga tempat usaha *laundry* belum menerapkan asas kesimbangan yang mana antara pelaku usaha dan juga konsumen belum seimbang antara hak dan kewajiban. Yang mana seharusnya pelaku usaha memberikan kewajiban sesuai dengan keinginan konsumen seperti memberikan pelayanan yang baik, yaitu mencuci pakaian dengan bersih, dan menyetrika dengan rapi. Jika hal ini dilakukan oleh pelaku usaha maka konsumen akan memperoleh haknya.

Setiap konsumen maupun pelaku usaha memiliki hak yang sama yaitu memperoleh keadilan yang sama di mata hukum. Apabila pelaku usaha melakukan suatu kesalahan ataupun kelalaian dalam memberikan pelayanannya terutama dalam usaha jasa *laundry* pakaian yang ada di Kelurahan Iring Mulyo 15 A Kota Metro, maka pelaku usaha harus memberikan kompensasi atas kerugian yang diderita oleh konsumen berdasarkan yang sudah diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Dalam aspek hukum ekonomi syariah penerapan asas yang mendasari setiap perbuatan manusia dalam melakukan kegiatan ekonomi yang digunakan sebagai tumpuan berpikir untuk mendapatkan kebenaran maka diterapkannya hampir sama dengan kelima asas yang ada dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang membedakan dalam asas hukum ekonomi syariah yaitu: 1. Asas Kerelaan yang mana dalam asas ini antara

pelaku usaha dan konsumen harus saling rela dalam melakukan segala hal kegiatan ekonomi sedangkan pada tiga tempat jasa *laundry* yang ada di Kelurahan Iring Mulyo 15 A Kota Metro antara pelaku usaha dengan konsumen belum sama-sama rela karena pelaku usaha belum memberikan pelayanan yang maksimal. Sedangkan di dalam QS. An-Nisaa (4): 29, sudah disebutkan bahwasannya segala transaksi yang dilakukan harus atas dasar suka sama suka atau kerelaan antara masing-masing pihak, tidak boleh ada tekanan, paksaan, penipuan. Jika hal ini tidak terpenuhi, maka transaksi tersebut dilakukan dengan cara yang batil (*al-akh bil bathil*). 2. Asas Kejujuran dan Kebenaran (*Ash-Shidq*) dalam asas ini menjelaskan setiap manusia yang melakukan kegiatan ekonomi atau muamalah harus melakukannya dengan Kejujuran. Jika kejujuran ini tidak diterapkan dalam perikatan, maka akan merusak legalitas perikatan itu sendiri. Selain itu, jika terdapat ketidakjujuran dalam perikatan, akan menimbulkan perselisihan di antara para pihak. Pada tiga tempat usaha *laundry* belum menerapkan asas kejujuran dan kebenaran karena dalam pelayanannya pelaku usaha telah menerapkan atau membuat ketentuan-ketentuan tentang peraturan penggunaan jasa *laundry* tanpa sepengetahuan dari konsumen. Hal ini berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu konsumen yang memakai pelayanan jasa *laundry* pakaian yang berada di Kelurahan Iring Mulyo 15 A, menjelaskan bahwa layanan jasa *laundry* diberikan belum sesuai dengan penerapan asas perlindungan konsumen, hal ini terbukti dengan ungkapan salah seorang pemakai jasa *laundry* yang menjelaskan pakaiannya terkena lunturan ketika dicuci di

pelangi *laundry* dan selang 4 hari kemudian Rety mengajukan complain karena pihak *laundry* tidak memberikan pelayanan yang terbaik sehingga menyebabkan terdapatnya lunturan pada pakaian yang di cuci di pelangi *laundry* tersebut. Dalam hal ini konsumen merasa dirugikan karena pihak *laundry* belum memberikan pelayanan berdasarkan pada penerapan asas-asas perlindungan konsumen.<sup>74</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan ketiga tempat pemilik jasa *laundry* yang berada di Kelurahan Iring Mulya 15 A, menjelaskan bahwa pemilik jasa *laundry* tidak mengetahui sama sekali tentang penerapan asas-asas perlindungan konsumen dan pemilik jasa *laundry* juga tidak bertanggungjawab atas kelalaian dalam memberikan pelayanannya dikarenakan sudah ada perjanjian sepihak yang dibuat oleh pelaku usaha jasa *laundry* pakaian.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa konsumen yang memakai jasa *laundry* pakaian yang berada di Kelurahan Iring Mulya 15 A, menjelaskan bahwa konsumen tidak ada yang mengetahui tentang penerapan asas perlindungan konsumen, oleh sebab itu jika terjadi pelanggaran terhadap haknya konsumen tidak melapor kepada pihak yang berwajib karena konsumen tidak mengerti alur pelaporannya itu bagaimana dan mencakup hal apa saja yang perlu dilaporkan.<sup>75</sup>

Berdasarkan hasil wawancara kepada beberapa pemilik jasa *laundry* pakaian dan konsumen memakai jasa *laundry* pakaian tidak mengerti

---

<sup>74</sup> Hasil wawancara kepada Yuliyanan Safitri, konsumen jasa *laundry* pakaian yang berada di Kelurahan Iring Mulya 15 A pada tanggal 30 Juli 2016.

<sup>75</sup> Hasil wawancara dengan konsumen memakai jasa *laundry* pakaian di Kelurahan Iring Mulya 15 A pada tanggal 30 Juli 2016.

bagaimana penerapan asas perlindungan konsumen yang telah diatur dalam Aspek Hukum Ekonomi Syariah.

Hasil analisis yang peneliti lakukan penerapan asas perlindungan konsumen memang sangat dibutuhkan bagi konsumen jasa *laundry* pakaian untuk menghindarkan konsumen dari kerugian akibat ulah pelaku usaha. Namun penerapan asas perlindungan konsumen, bukan berarti secara serta merta dapat dikatakan bahwa konsumen telah terlindungi sepenuhnya, khususnya konsumen muslim, dimana konsumen muslim tidak hanya membutuhkan kenyamanan dalam pemakaian jasa *laundry* pakaian, tetapi juga membutuhkan keterbukaan dan kejujuran dalam transaksi yang dilakukan.

Dalam kaitannya penerapan asas perlindungan konsumen, Islam menekankan bahwa pelaku usaha dilarang berbuat yang dapat merugikan pihak konsumen. Pada prakteknya, di tiga tempat jasa *laundry* pakaian belum menerapkan asas perlindungan konsumen berdasarkan aspek hukum ekonomi syari'ah, karena ketiga tempat jasa *laundry* belum memperdulikan apakah konsumen tersebut mesara haknya dirugikan atau tidaknya dan konsumen harus mengerti tentang penerapan asas perlindungan konsumen.

Beberapa kegiatan jasa *laundry* pakaian yang belum menerapkan asas perlindungan konsumen berada di Kelurahan Iring Mulya 15 A Kota Metro, yang tentu saja sebagian di antaranya terkait secara langsung dengan kepentingan konsumen yang dilarang karena dapat merugikan konsumen.

Oleh karena itu dalam hasil penelitian yang peneliti kaji adanya kerugian yang dialami konsumen yang pada akhirnya juga akan berpengaruh

pada konsumen, maka dalam pembahasan tentang aspek hukum ekonomi syariah pada penerapan asas perlindungan konsumen dalam hal ini adalah penerapan asas perlindungan konsumen di jasa *laundry* pakaian yang berada di Kelurahan Iring Mulya 15 A Kota Metro harus diperhatikan.

Sebagaimana diketahui bahwa peraturan perundang-undangan yang bermaksud untuk memberikan perlindungan kepada konsumen tidak hanya terbatas pada UUPK saja melainkan berbagai peraturan perundang-undangan dalam berbagai tingkatan, maka perlu dilakukan pengkajian atas berbagai peraturan perundang-undangan tersebut tentang cakupannya dalam memberikan perlindungan kepada konsumen.

Berbagai ketentuan yang tidak terkait langsung dengan masalah penerapan asas perlindungan konsumen pemakai jasa *laundry* pakaian sangat penting bagi umat Islam, dalam Islam yang ditekankan bukan hanya kehalalan produk tapi juga baiknya produk tersebut bagi konsumen.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa usaha jasa *laundry* pakaian yang ada di Kelurahan Iring Mulyo 15A Kecamatan Metro Timur Kota Metro belum mengindahkan aturan diterapkannya asas perlindungan konsumen yaitu asas manfaat, asas keadilan, asas keseimbangan, asas keamanan dan keselamatan konsumen dan asas kepastian hukum berdasarkan aspek hukum ekonomi syari'ah konsumen yaitu adanya asas kerelaan dan asas kejujuran dan kebenaran dalam melakukan bisnis. Karena para pelaku usaha belum memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen dan dilarangnya berbuat yang dapat merugikan konsumen. Hal ini berdasarkan peraturan Penerapan Pasal 2 Undang-Undang. No. 8 Tahun 1999 Tentang Asas Perlindungan Konsumen, yang mana konsumen dan juga pelaku usaha memiliki kesempatan yang sama mendapatkan haknya dalam melaksanakan kewajibannya secara adil, dan dapat memperoleh manfaat sebesar- besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.

## **B. Saran**

1. Apabila ingin menjadi seorang pembisnis atau pengusaha, hendaklah memahami dan menerapkan kelima asas perlindungan konsumen yaitu asas manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, dan asas kepastian hukum berdasarkan aspek hukum ekonomi syariah agar bisnis tersebut diberkahi oleh Allah SWT.
2. Pemilik usaha jasa *laundry* pakaian yang ada di Kelurahan Iring Mulyo hendaknya memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada konsumen, dan juga menerapkan kelima asas perlindungan konsumen berdasarkan aspek hukum ekonomi syari'ah sebagaimana mestinya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Manan, *Hukum Ekonomi Syari'ah: Dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama*, Jakarta: Kencana, 2012.
- Abdul Rasyid Saliman, *Hukum Bisnis Untuk Perusahaan: Teori dan Contoh Kasus*, Jakarta: Kencana, 2011.
- Abdurrahmat Fathoni. *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2011
- Amiruddin dan Asikin Zainal, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004.
- Amalia Euis, *Keadilan Distributif Dalam Ekonomi Islam Penguatan Peran LKM dan UKM di Indonesia*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2009
- Aswi Bang, *Bisnis Laundry Kiloan*, Jakarta: Penebar Plus, 2009.
- Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka, 2006.
- Alistiorini dan Suharno Bambang, *80 Bisnis Balik Modal < 1 Tahun*, Jakarta: Penebar Plus, 2011.
- Afzalur Rahman. *Doktrin Ekonomi Islam 2*. Yogyakarta: PT. Dana Bakti Wakaf. 1995
- Bambang Sunggono. *Metodologi Penelitian Hukum*. Jakarta: Rajawali Pers. 2012.
- Badruzaman Darus Mariam, *Aneka Hukum Bisnis*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 1994.
- Burhannuddin S. *Pemikiran Hukum Perlindungan Konsumen dan Sertifikasi Halal*, Malang: UIN-Maliki Press, 2011.
- Daniel Moehar, *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*, Jakarta: Bumi Aksara, 2002.

- Departemen Agama RI, *Al-'Aliyy Al-Quran dan Terjemahnya*, Bandung: CV Diponegoro, 2005
- Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqih Muamalah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Edi Kusnadi. *Metodologi Penelitian : Aplikasi Praktis*. Jakarta: Ramayana Pers dan STAIN Metro, 2008.
- Fajar Mukti, *Tanggungjawab Sosial Perusahaan di Indonesia*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013.
- Gemala Dewi, *Hukum Perikatan Islam Di Indonesia*, Jakarta: Kencana, 2005.
- Gulo W, *Metodelogi Penelitian*, Jakarta: PT Grasindo, 2003.
- Hamzah Ya'quh, *Kode Etik Dagang Menurut Islam, Pola Pembinaan Hidup dalam Berekonomi*, Bandung: Diponegoro, 1984.
- Imaniyati Sri Neni, *Hukum Ekonomi dan Ekonomi Islam*, Bandung: Mandar Maju, 2002.
- Joko Subagyo. *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2006
- J. Moleong Lexy, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarva, 2009.
- Kansil C. S. T dan S. T Christine, *Pokok-Pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia*, Jakarta: Sinar Grafika, 2012.
- Kartasasmita Ginandjar, *Mengukur Kinerja Pelayanan dan Kepuasan Konsumen*, Bandung: Pustaka Reka Cipta, 2009.
- Kristiyanti Siwi Tri Celina, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2009.
- K. Lubis Suhrawardi dan Tarmizi dan Suryani, *Hukum Ekonomi Islam*, Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2012.
- Linda Nur Cahaya, *Sukses dan Kaya Raya dari Bisnis Usaha Laundry Kiloan*, Jakarta: Dan Idea, 2015.
- Miru Ahmadi & Yodo Sutarman, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2004.

- Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*, Jakarta: UIN-Malang Perss, 2007.
- M. Farud Nabana, *Sistem Ekonomi Islam*, Yogyakarta: UII Press, 2000.
- Muhammad, *Etika Perlindungan Konsumen dan Ekonomi Islam*, Yogyakarta: BPFE, 2004.
- Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta: Gema Insani, 2002.
- Muktamar Nining dan Saidi Zaim, *Berperkara Secara Mudah, Murah Dan Cepat: Pengenalan Mekanisme Alternatif Penyelesaian Sengketa Konsumen: Pelajaran dari Uni Eropa*, Jakarta: Piramedia, 2005.
- Nugroho As'ad, *Menghadapi Ketidakadilan Kaum Produsen: Rujukan untuk Menghadapi Segala Bentuk Kecurangan Pelaku Usaha*, (Jakarta: Piramedia, 2004.
- Nasution Az, *Konsumen dan Hukum: Tinjauan sosial, ekonomi, dan hukum pada perlindungan konsumen*, Indonesia, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1995.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.
- Richard Burton Simatupang, *Aspek Hukum dalam Bisnis*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2003
- Saidi Zaim, *Mencari Keadilan: Bunga Rampai Penegakan Hak Konsumen*, Jakarta: Piramedia, 2001.
- Saliman Rasyid Abdul, *Hukum Bisnis Untuk Perusahaan: Teori dan Contoh Kasus*, Jakarta: Kencana, 2011.
- Sari Kartika Elsi dan Simanunsong Advendi, *Hukum Dalam Ekonomi*, Jakarta: Grafindo, 2007.
- Setiadi Elly M, *Ilmu Sosial dan Budaya Dasar*, Jakarta: Kencana, 2006.
- Sucipto Agus , *Studi Kelayakan Bisnis*, Malang: UIN-MALIKI PRESS, 2011.
- Sugiyono. *Metode Penelitiann Manajemen*. Bandung: Alfabeta. 2013.
- Suharnoko, *Hukum Perjanjian: Teori Dan Analisa Kasus*, Jakarta: Kencana, 2007.

Sukarmi, *Kontrak Elektronik Dalam Bayang-Bayang Pelaku Usaha Prespektif Cyber Law*, Bandung: Pustaka Sutra, 2005.

Suwardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, Jakarta: Sinar Grafika, 2004.

Shomad Abd., *Hukum Islam: Penormaan Prinsip Syariah Dalam Hukum Indonesia*, Jakarta: Kencana, 2012.

Susanto Happy, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Jakarta: Transmedia Pustaka, 2008.

Teungku Muhammad Hasbi Ash-Shiddieqy, *Tafsir Al-Qur'anul Majid An-Nuur* 2, Semarang: PT Pustaka Rizki Putra, 2000

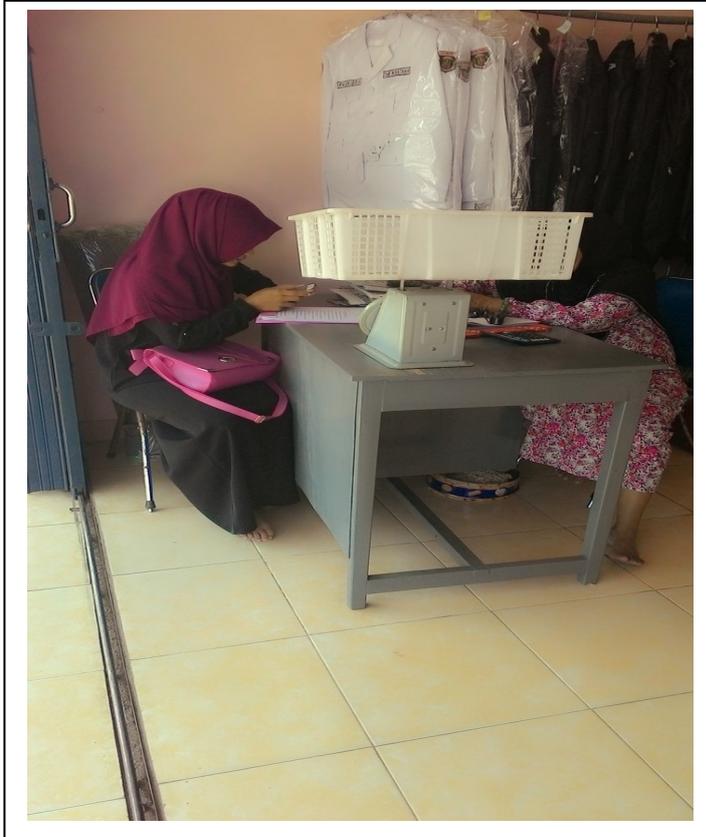
Undang-undang R. I No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Bandung: Citra Umbara, 2012.

Usman Husaini dan Akbar Setiadi Purnomo, *Metodologi Penelitian Sosial*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004.

Zainuddin Ali, *Hukum Ekonomi Syari'ah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2009.

**Wawancara terhadap ketiga Pemilik usaha jasa laundry pakaian (Pelangi Laundry, Fizi Laundry, dan Tama Laundry) yang berada di Kelurahan Iring Mulyo 15 A Kota Metro**





**HARGA MULAI RP. 3.000/KG**

- Rp. 3.000/Kg
- Rp. 4.000/Kg
- Rp. 5.000/Kg
- Rp. 8.000/Kg

**3 Hari Selesai**  
**2 Hari Selesai**  
**1 Hari Selesai**  
**Paket Express**

- Kebaya 1 Stel Rp. 25.000
- Kebaya Biasa Rp. 20.000
- Atasan Rp. 10.000
- Jas 1 Stel Rp. 20.000
- Hordeng \*Besar Rp. 15.000
- \*Sedang Rp. 10.000
- \*Kecil Rp. 7.000
- Bad Cover \*Besar Rp. 15.000
- \*Sedang Rp. 13.000
- \*Kecil Rp. 10.000
- Sprai \*Double Rp. 12.000
- \*Single Rp. 8.000
- Ambal \*Besar Rp. 25.000
- \*Sedang Rp. 20.000
- \*Jumbo Rp. 10.000
- \*Biasa Rp. 10.000
- Songket \*Besar Rp. 15.000
- Sutera \*Sedang Rp. 11.000
- Mukena \*Kecil Rp. 6.000
- Boneka \*Jumbo Rp. 25.000

*Handwritten notes on the poster:*  
 - Sprai \*Double Rp. 25.000  
 - Sprai \*Single Rp. 60.000



**Wawancara terhadap para konsumen pengguna jasa *laundry* pakaian yang ada di Kelurahan Iring Mulyo 15 A Kota Metro**

