

PERLINDUNGAN KONSUMEN DI PASAR DARI PRAKTIK PENIPUAN KOMERSIAL DALAM EKONOMI ISLAM

Witry Octasari Aritonang

Dosen STIT Al Qur'an Al-Ittifaqiah Indralaya Ogan Ilir Sumatera Selatan

e-mail: witryario@gmail.com

Abstract

Commercial fraud in the perspective of Islamic economics in the most dominating market is fraud in the form of gharar. Gharar in terms of weight balance on the scales and Gharar in terms of the quality of merchandise using formalin food ingredients. Islamic economics provides solutions to protect consumers who are disadvantaged by fraudulent acts of traders in the market by utilizing authority institutions established by the government to supervise and directly control the market, the Government routinely checks traders' weighing devices, and imposes strict sanctions in the form of confiscation of merchandise belonging to sellers, imprisonment or compensation to consumers is harmed in order to provide a deterrent effect for cheating dangang perpetrators.

Keywords : *Consumer, Protection, fraud comersial*

Abstrak

Penipuan komersial dalam perspektif ekonomi islam di pasar yang paling mendominasi adalah penipuan dalam bentuk *gharar*. *Gharar* dari segi berat keseimbangan pada timbangan dan *gharar* dari segi kualitas barang dagangan dengan menggunakan bahan makanan berformalin. Ekonomi islam memberikan solusi untuk melindungi konsumen yang dirugikan atas tindakan curang pedagang di pasar yaitu memanfaatkan lembaga bewenang yang dibentuk oleh pemerintah untuk mengawasi dan mengontrol langsung pasar, Pemerintah memerikasa secara rutin alat timbangan para pedagang, serta memberikan sanksi tegas berupa penyitaan barang dagangan milik penjual, hukuman penjara atau ganti rugi kepada konsumen dirugikan agar memberikan efek jera bagi pelaku dangang yang curang.

Kata kunci: Konsumen, Perlindungan, penipuan komersial

Pendahuluan

Perlindungan konsumen merupakan perlindungan secara hukum kepada konsumen (pihak yang melakukan akad dengan pihak lain dalam suatu bisnis untuk memperoleh barang atau jasa dari pihak pengadaan tersebut). Perlindungan konsumen adalah perlindungan hukum yang diberikan kepada konsumen dalam usahanya memenuhi kebutuhan dari hal - hal merugikan konsumen itu sendiri.

Islam memberikan solusi bagi setiap permasalahan ekonomi masyarakat, seperti praktik penipuan komersial. Penipuan komersial sudah ada sejak dimulainya efek perdagangan, baik dalam negeri maupun internasional. Pemerintah telah membuat peraturan secara khusus untuk mengantisipasiya, adapun secara internasional dilakukan kesepakatan untuk memerangi penipuan dan ditaati oleh masing-masing negara, bertujuan menanggulangi penipuan dalam praktik perdagangan.¹

Dalam islam ada berbagai contoh kecurangan-kecurangan pada takaran (timbangan) terjadi pada masa dahulu, diantaranya kisah kaum Anshar (kaum Madinah) yang melakukan kecurangan dalam mengurangi berat atau kadar pada alat timbangan, begitu banyak kecurangan terjadi pada masa itu, maka Allah swt, menurunkan ayat al-Qur'an terdapat dalam surah al-Muthaffifin ayat 1-5.²

Allah telah menceritakan tentang kisah-kisah umat terdahulu untuk mengambil pelajaran tentang kecurangan dalam berdagang, maka menurunkan ayat yang menceritakan hikayat kaum nabi Syueb, kemudian kisah kaum Madiyan (Nabi Daud as) melakukan kerjasama atau perserikatan. Bahkan hancurnya kaum Bani Madiyan karena banyak melakukan kecurangan mengurangi berat dan kadar pada alat timbangan.³

Perlindungan atas konsumen merupakan hal penting dalam ekonomi islam. Telaah atas perlindungan konsumen muslim terhadap produk barang dan jasa disebabkan oleh beberapa hal antara lain, konsumen Indonesia mayoritas beragama muslim yang sesuai dengan kaidah-kaidah dibutuhkan keberadaannya.⁴ Perlindungan

¹ Ahmad, Hasan Syuribiji, 1416-1996, *Makafahata al-Ghisy at-Tijarah Ru'yatu Islamiyyah*, Iskandariyah: Daru ad-Da'wah. hlm.7-9.

² Q.S. al-Muthaffifin, (83): 1-5.

³ Ahmad, Hasan Syuribiji, *Makafahata al-Ghisy at-Tijarah Ru'yatu Islamiyyah*, hlm. 27.

⁴ Fokky, Fuad, 2014, *Etika Bisnis dan Perlindungan Konsumen*, <http://uai.ac.id/2011/04/13/opini-ilmiah-hukum/>. hlm.1.

konsumen menempati posisi signifikan, karena mengandung prinsip esensial dalam perekonomian yaitu melindungi kepentingan para konsumen. Posisi konsumen yang lemah sering menjadi sasaran eksploitasi dari pelaku usaha yang mempunyai posisi kuat dalam sosial ekonomi. Bahkan kecurangan atau penipuan pada takaran atau timbangan masih terus berlangsung hingga ke pasar-pasar tradisional.⁵

Pembahasan

A. Pengertian Konsumen

Konsumen berasal dari kata *consumer*. Secara harfiah arti kata *consumer* itu adalah lawan dari produsen (setiap orang yang menggunakan barang).⁶ Dalam UUPK No. 8 Tahun 1999 Bab 1 pasal 1, No. 2 mendefinisikan konsumen sebagai “setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk lain untuk tidak diperdagangkan.”⁷

Konsumsi adalah pemakai produk atau barang - barang hasil produksi (bahan makanan, pakaian, dan lain - lain) memakai atau menghabiskan barang - barang langsung memenuhi keperluan hidup.⁸ Konsumsi adalah penggunaan barang atau jasa untuk memuaskan kebutuhan manusia.⁹

B. Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam

Konsumsi merupakan kegiatan pemilihan kebutuhan seseorang terhadap berbagai macam barang dan jasa, atau berkaitan dengan penggunaan hasil usaha manusia yang didapatkan secara halal dan baik,¹⁰ seperti dijelaskan dalam surah al-Baqarah ayat 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ١٦٨

⁵ Sidabalok, Janus, 2006, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung: Citra Aditya Bhakti. hlm. 9.

⁶ Az, Nasution, 2001, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Yogyakarta: Diadit Media. hlm. 3.

⁷ Muhammad dan Alimin, 2004, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta: BPFY Yogyakarta. hlm. 128-129.

⁸ Heni, Uswatun Hasanah, 2015, Tesis “*Pemikiran Konsumsi Al-Ghazali dan Relevansinya Terhadap Perekonomian Modern*”. Palembang: UIN Raden Fatah Palembang. hlm. 30

⁹ Suhaerman Rasyidi, 1998, *Pengantar Teori Ekonomi (Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro)*, Jakarta: PT. Raja Grafindo. h. 147.

¹⁰ Gilarso, 2003, *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*, Yogyakarta: Penerbit Konsius Anggota IKAPI. hlm. 60.

“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik terdapat dibumi, dan jaganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan, karena sesungguhnya syaitan itu musuh yang nyata bagimu”.¹¹

Menurut Ibnu Katsir, bahwasannya allah menetapkan bagi hambanya hukum-hukum syara’ termasuk masalah rizki allah berikan pada semua makhluk dibumi dengan memakan yang halal serta tidak membawa kemudharatan bagi dirinya, akal dan larangan untuk mengikuti syaitan.¹²

Konsumen merupakan setiap orang, kelompok, atau badan hukum pemakai suatu harta benda atau jasa karena adanya hak yang sah, baik dipakai untuk pemakaian akhir ataupun proses produksi selanjutnya.¹³ Dalam kitab Islam dibidang mua’amalah sangat sarat dengan perlindungan konsumen, dan hal ini merupakan khazanah dapat dijadikan sebagai sumber hukum perlindungan konsumen kontemporer, baik hukum sudah terperinci ataupun hukum yang umum. Pelanggaran jual-beli dalam fikih islam seperti *ba’i al-gharar*, *Khiyar*, *Tadlis*, *Maysir*, *Riba’*, dan *Iktikar*.¹⁴

C. Dasar Perlindungan Konsumen

Pemerintah mengatur juga tentang perlindungan konsumen sebagaimana diatur dalam UU. No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang terdapat dalam Pasal 1 yang berbunyi: “Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”.¹⁵

D. Hak dan Kewajiban Konsumen

Hak dalam Bahasa Indonesia terdapat berbagai sinoni dengan kata “hak” seperti milik, kewenangan, kekuasaan untuk berbuat Karena telah ditentukan oleh

¹¹ Q.S. al-Baqarah: 168

¹² Listiawati, 2012, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam “Tafsir Ayat-ayat Tentang Ekonomi”*. hlm. 115.

¹³ Muhammad dan Alimin, 2004, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*. hlm.127-128.

¹⁴ Wahbah al-Zuhaily, 1989, *al-Fiqh al-Islamy wal Adillatahu*, Beirut: Dar al-Fikr. hlm. 218.

¹⁵ Undang-undang Negara Republik Indonesia, *UU Perlindungan Konsumen No.8 Tahun 1999*.

undang-undang.¹⁶ Menurut Istilah hak adalah kekuasaan untuk melakukan sesuatu karena telah ditentukan oleh undang-undang atau peraturan lain.¹⁷

1. Hak-hak konsumen:

- a. Hak akan keselamatan dalam mengkonsumsi barang atau jasa
- b. Hak untuk mendapatkan informasi
- c. Hak untuk memilih barang atau jasa.¹⁸
- d. Hak untuk ganti rugi
- e. Hak untuk menikmati lingkungan yang bersih
- f. Hak untuk mendapatkan advokasi.¹⁹

2. Kewajiban Konsumen:

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan jasa.
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang atau jasa
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.²⁰

3. Perlindungan konsumen dalam fikih islam terkait dengan penyalahgunaan kelemahan pada konsumen biasanya terjadi pada 3 hal yaitu ketika transaksi belum berlangsung, ketika transaksi sedang berlangsung, serta transaksi telah berlangsung. Islam menetapkan peraturan dalam perlindungan konsumen sebagai berikut :

- a. Perlindungan dari pemalsuan informasi yang tidak benar (*gharar*)
- b. Perlindungan terhadap hak pilih dan nilai tukar tidak wajar akibat mekanisme pasar monopolistik. Maka islam menawarkan larangan praktik ribawi, monopoli persaingan tidak sehat, tidak memberlakukan *tas'ir* (*fixing price*), berlakukan hukum khiyar, pelarangan jual beli *an-najsy*, larangan jual-beli *talaqi rukban* (cepat sebelum sampai pasar).

¹⁶ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1999, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka. hlm. 334.

¹⁷ Abdurrahman, 1991, *Ensiklopedi Ekonomi Keuangan dan Perdagangan*, Jakarta: PT. Pranadya Paramita. hlm. 154.

¹⁸ Az, Nasution, , 2001, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Yogyakarta: Diadit Media. hlm. 260.

¹⁹ Amirullah, 2002, *Prilaku Konsumen*, Yogyakarta: Graha Ilmu. hlm. 103-107.

²⁰ Az, Nasution, 1991, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Jakarta: Daya Widya. hlm. 12.

- c. Perlindungan terhadap keamanan produk.
- d. Perlindungan dari penyalahgunaan keadaan seperti *ikhtikar*²¹
- e. Hak ganti rugi (*Dhaman*) akibat negative produk. *Dhaman* artinya menepati dengan dasar al-Qur'an, Sunnah, dan *ijma'*.

E. Hak dan kewajiban Pelaku Usaha

1. Pengertian pelaku usaha

Adalah setiap perorangan atau badan usaha, baik berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum maupun bukan badan hukum didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara republik indonesia, melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.²²

2. Hak - hak pelaku usaha

Undang - undang No. 8 tahun 1999. Tidak hanya sebagai pelaku usaha yang hanya memproduksi, menjual barang dan jasa kepada masyarakat, pelaku usaha juga mempunyai hak - hak yang harus diperhatikan oleh Negara, yaitu:

- a. Hak untuk menerima pembayaran sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi, nilai tukar barang atau jasa yang diperdagangkan.
- b. Hak untuk mendapatkan perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang tidak beritikad baik.
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya didalam penyelesaian hukum sengketa konsumen.²³

3. Kewajiban Pelaku Usaha

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.
- b. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar, jujur dan tidak diskriminatif.
- c. Menjamin mutu barang/jasa diproduksi/diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang/jasa yang berlaku.

²¹ Muhammad dan Alimin, 2004, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*. hlm. 140.

²² Az, Nasution, 2001, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*. hlm. 261.

²³ Undang- undang Negara Republik Indonesia, *UU Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999*.

- d. Memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menguji/mencoba barang/jasa tertentu, serta memberi jaminan/garansi atas barang yang dibuat/diperdagangkan.
- e. Perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha.
- f. Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih/netto, jumlah dalam hitungan sebagaimana dinyatakan dalam label barang tersebut.
- g. Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran sebenarnya.
- h. Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang/jasa tersebut
- i. Tidak mencantumkan tanggal kadaluarsa/jangka waktu penggunaan/pemanfaatan paling baik atas barang tertentu.
- j. Tidak memenuhi/tidak sesuai standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundang - undangan.

F. Pengertian Pasar

Pasar adalah tempat bertemunya pembeli dan penjual yang melakukan transaksi jual beli barang atau jasa.²⁴

1. Menurut Ibnu Taimiyah

Faktor penyebab bergesernya penawaran dan permintaan yaitu karena adanya tekanan pasar yang otomatis ataupun perbuatan melanggar hukum dari penjual. Adapun faktor mempengaruhi permintaan dan penawaran antara lain, adanya intensitas besarnya permintaan dan penawaran, adanya kelangkaan diskonto dari pembayaran tunai. Harga pasar haruslah terjadi dalam pasar kompetitif dan tidak boleh ada penipuan.²⁵

2. Menurut Imam al-Ghazali

Pasar adalah bagian paling penting dari keteraturan alami. Al-Ghazali menekankan pentingnya keamanan jalur perdagangan dan infrastruktur yang baik demi adanya pertumbuhan ekonomi.²⁶

3. Pasar Tradisional

²⁴ Www. [Http//Indonesia.Pasar](http://Indonesia.Pasar). Pasar Indonesia. Diakses pada tanggal 26 Desember 2015.

²⁵ Adiwarmam, karim, 2011, *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. hlm. 13-14.

²⁶ Ika, Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, 2014, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam dalam Perspektif Maqasid al-Syari'ah*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group. hlm. 219.

Adalah pasar bersifat tradisional dimana para penjual dan pembeli dapat mengadakan tawar-menawar secara langsung. Barang-barang diperjual belikan adalah barang yang berupa kebutuhan pokok.

4. Pasar Modern

Adalah pasar bersifat modern dimana barang-barang diperjual belikan dengan harga pas dan dengan layanan sendiri, seperti: mal, plaza, layanan lainnya.

5. Pasar Internasional

Adalah pasar yang membeli dan menjual produk dari beberapa Negara atau transaksi jual beli dengan jangkauan luas diseluruh dunia.

G. Penipuan dalam Ekonomi Islam

1. Pengertian penipuan, penipuan berasal dari kata *غشش, يغشه, غشا* artinya kecurangan/penipuan. Secara istilah penipuan yaitu memberikan sesuatu kebohongan didalam sesuatu yang hak.²⁷ Titik berat ajaran dari ajaran islam diletakkan dalam hal muamalah. Ajaran pokok tentang keimanan dan ibadah kepada tuhan, ajaran yang mengatur tentang muamalah yaitu mengatur hubungan sesama manusia dimuka bumi.²⁸
2. Konsep ekonomi islam terhadap perlindungan konsumen dari praktik penipuan Etika bisnis dalam ekonomi islam tersebut selanjutnya dijadikan sebagai kerangka praktis secara fungsional membentuk suatu kesadaran beragama dalam melakukan setiap kegiatan ekonomi (*Religiousness economic practical guidance*).

H. Bentuk-bentuk Penipuan Komersial Dalam Ekonomi Islam

Ekonomi berlandaskan al-Qur'an dan Hadits sangat diharamkan bagi pedagang melakukan kecurangan dan penipuan dari segi apapun, karena hal tersebut dapat merugikan konsumen, apalagi membahayakan nyawa manusia.

1. Penipuan (*Gharar*)

Gharar berasal dari kata *غشش, يغشه, غشا* yaitu penipuan, tipuan, menipu adalah sesuatu yang ditipu atau kecurangan, secara istilah penipuan *الغش*

²⁷ Ahmad, Hasan Syuribiji, *Makafahata al-Ghisy at-Tijarah Ru'yatu Islamiyyah*, Iskandariyah: Daru ad-Da'wah, 1416-1996. hlm. 15

²⁸ Abdullah, Zaky al Kaaf, 2002, *Ekonomi Dalam Perspektif Islam*, Bandung: Pustaka Setia Bandung, hlm. 15

mendahulukan kebathilan dari pada yang baik. Gharar artinya keraguan atau tindakan bertujuan untuk merugikan pihak lain.²⁹ Gharar adalah suatu kegiatan bisnis tidak jelaskuantitas, kualitas, harga dan waktu terjadinya transaksi. Aktivitas mengandung unsur gharar adalah bisnis mengandung resiko tinggi atau transaksi dilakukan dalam bisnis tidak pasti.³⁰

Gharar menurut para ulama, yaitu:

- a. Menurut Hanafiyah, *Gharar* adalah ketidakjelasan barang yang akan diperdagangkan.
- b. Menurut Malikiyah, *Gharar* adalah ketidakjelasan mendapatkan salah satu pengganti dalam jual beli ataupun ketidakjelasan maksud jual beli tersebut.
- c. Menurut Syafi'iyah, *Gharar* adalah sesuatu perkara tak terlihat, begitu juga dengan akibatnya.
- d. Menurut Hanabilah, *Gharar* adalah suatu yang tak terlihat kebenarannya dan tertutup sisi dalamnya ataupun adanya keragu-raguan dalam penerimaan barang dan ketidakadaannya barang tersebut.

Contoh - contoh penipuan dalam ekonomi islam:

- a. Penipuan dari segi kuantitas: pedagang yang mengurangi timbangan ataupun takaran barang dijualnya.
- b. Penipuan dari segi kualitas: pedagang yang menyembunyikan cacat pada barang saat ditawarkan
- c. Penipuan dari segi harga: memanfaatkan ketidaktahuan pembeli akan harga suatu produk, kemudian menaikkan harga tersebut.
- d. Penipuan dalam waktu penyerahan: apabila seorang petani menyanggupi akan menjual buah diluar musimnya, padahal petani itu tahu bahwa ia akan tidak mampu menyerahkan buah itu pada waktunya.
- e. Penipuan pada saat penyerahan: konsultan yang berjanji akan menyelesaikan proyek dalam waktu dua bulan dengan tujuan untuk memenangkan tender, padahal ia tahu bahwa proyek itu tidak akan selesai dalam waktu dua bulan.³¹

²⁹ M. Ali Hasan, 2003, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam (Fiqh Muamalah)*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, hlm. 147

³⁰ Muhammad, *Bisnis Syari'ah Perspektif Mua'malah dan Managemen*, Yogyakarta: STIM YKPN, 2007, hlm. 50

³¹ Adiwarmar, Azhar Karim, 2004, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan, Edisi dua*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, hlm. 29

2. *Tadlis*

Adalah penipuan, baik penipuan bentuk kuantitas, kualitas, harga, dan serah terima.

Contoh - contoh *Tadlis* dalam ekonomi islam:

- a. *Tadlis* kuantitas: pedagang mengurangi timbangan atau takaran barang dijualnya
- b. *Tadlis* kualitas: pedagang yang menyembunyikan cacat barang yang sedang ditawarkan.
- c. *Tadlis* harga: memanfaatkan ketidaktahuan pembeli akan harga suatu produk, kemudian pedagang menaikkan harga tersebut.
- d. *Tadlis* penyerahan: konsultan berjanji akan menyelesaikan proyek dalam waktu singkat dengan tujuan mendapatkan keuntungan.

3. *Maisyir* (Spekulasi)

Adalah suatu kegiatan bisnis didalamnya jelas bersifat untung-untungan atau spekulatif tidak rasional, tidak logis, tak jelas barang ditawarkan. Kegiatan bisnis ini dilakukan dalam rangka mendapatkan untung - untung atau mengadu nasib.³²

4. Riba'

Menurut bahasa yaitu tambahan, secara istilah riba' adalah tambahan atas pokok modal atau pinjaman dimana harus dibayarkan oleh pihak yang menggunakan modal atau pinjaman tersebut dengan peresentase tertentu kepada pemilik modal, tanpa melihat apakah modal atau pinjaman digunakan tersebut menghasilkan atau tidak.

5. Ihtikar

Artinya zalim (aniaya) dan merusak pergaulan. Upaya penimbunan barang dagang untuk mengganggu melonjaknya harga.³³ Penimbunan adalah halangan terbesar dalam pengaturan persaingan dalam pasar islam. Hal tersebut dikarenakan pengaruhnya terhadap jumlah barang tersedia dari barang ditimbun, dimana beberapa pedagang memilih untuk menahan barang

³² Muhammad, 2007, *Bisnis Syari'ah Perspektif Mua'malah dan Managemen*, hlm. 51

³³ M. Ali Hasan, 2003, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam (Fiqh Muamalah)*, hlm. 43

dagangannya dan tidak menjualnya karena menunggu naiknya harga.³⁴ Islam melihat *ikhhtikar* adalah sebagai kejahatan publik, karena dampak dirasakan masyarakat, yaitu keterbatasan barang diantara mereka.

I. Pengertian Ekonomi Islam

Ekonomi berasal dari kata *oikos* dan *nomos* berasal dari bahasa Yunani. Secara harfiah, *oikos* berarti rumah tangga dan *nomos* berarti aturan, kaedah atau pengelolaan.³⁵ Ekonomi Islam dibangun atas dasar agama Islam, karena ekonomi merupakan bagian tak terpisahkan dari agama Islam.³⁶

Pengertian ekonomi Islam menurut beberapa pemikir ekonomi sebagai berikut :

1. Menurut Yusuf Qardhawi, ekonomi Islam adalah ekonomi yang berdasarkan ketuhanan, sistem ini bertitik tolak dari Allah, bertujuan akhir kepada Allah. Aktivitas ekonomi seperti produksi, konsumsi, distribusi dan lainnya tidak lepas dari titik tolak ketuhanan dan berujung akhir pada Tuhan.³⁷
2. Menurut Zainuddin Ali, ekonomi Islam mempunyai tiga karakteristik. *Pertama*, Inspirasi dan petunjuk pelaksana ekonomi bersumber dari al-Qur'an dan Hadits. *Kedua*, perspektif ekonomi Islam mempertimbangan peradaban Islam sebagai sumber. *Ketiga*, ekonomi Islam bertujuan untuk menemukan, menghidupkan kembali nilai-nilai dan etika ekonomi warga masyarakat Islam.³⁸
3. Menurut Muhammad Abdul Mannan dalam "*Islamic Economic: Theory dan Practice*". Ekonomi Islam adalah suatu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah ekonomi masyarakat diilhami oleh nilai-nilai Islam.
4. M. Umer Chapra dalam "*The Future of Economic: At Islamic Perspektif*". Ekonomi Islam adalah suatu pengetahuan membantu upaya realisasi kebahagiaan manusia melalui alokasi dan distribusi sumber daya terbatas yang berada dalam koridor mengacu pada pengajaran Islam, tanpa mengekang

³⁴ Asmuni, Solihan Zamakhiyari, 2008, *Fikih Ekonomi Umar bin al-khattab*, Jakarta Timur: Khalifah Pustaka al-Kautsar Group, hlm. 603

³⁵ Deliar, Nov, *Ilmu Ekonomi*, Jakarta: Rajawali Press, 1995, hlm. 6-7

³⁶ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), 2008, *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, hlm. 5

³⁷ Listiawati, 2002, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam (Tafsiran Ayat-ayat Tentang Ekonomi)*, Palembang: Rafah Press, hlm. 21

³⁸ Zainuddin, Ali, 2008, *Hukum Ekonomi Syari'ah*, Jakarta: Sinar Grafika, hlm. 89

kebebasan individu untuk menciptakan keseimbangan makro ekonomi berkesinambungan.³⁹

J. Etika Bisnis Dalam Ekonomi Islam

1. Pengertian etika: etika adalah norma manusia harus berjalan, bersikap sesuai nilai/norma yang ada. Menurut Issa Rafiq Beekum, etika adalah sebagai seperangkat prinsip moral membedakan yang baik dan buruk.⁴⁰
2. Pengertian bisnis: bisnis adalah suatu aktifitas mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan atau pengelolaan barang (produksi), uang atau jasa yang menguntungkan dan memberi manfaat.⁴¹
3. Pengertian etika bisnis islam

Bisnis apapun dilakukan oleh para pedagang sukses dunia dan akhirat adalah pelaku bisnis yang berperilaku mulia juga memberikan kontribusi terhadap perkembangan usaha bagi pelaku bisnis, misalnya etik berbisnis harus dilakukan oleh para pelaku bisnis atau pedagang adalah sebagai berikut :

- a. Bekerja keras dengan ikhlas dan mencintai pekerjaannya
- b. Hidup tertib dan penuh disiplin.⁴²
- c. Berlaku Jujur.⁴³
- d. Pandai bersyukur
- e. Tanggung jawab.⁴⁴

K. Faktor - faktor Pendorong Praktik Penipuan Komersial

Praktik penipuan muncul dimasyarakat tidak lepas dari peran pemerintah, tidak hanya membuat peraturan tentang perlindungan konsumen serta praktik - praktik penipuan lain yang merugikan masyarakat, pemerintah juga harus turut langsung melihat, mengawasi dan menindaklanjut para pedagang nakal. Faktor pendorong para pedagang selalu melakukan praktik penipuan kepada masyarakat. Berikut faktor - faktor yang mempengaruhi para pedagang melakukan penipuan:

³⁹ Ika, Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam dalam Perspektif Maqasid al-Syari'ah*. 2014. h. 7.

⁴⁰ Rafiq, Issa Beekum, 1997, *Islamic Bussiness Ethics*, Virginia: The Internasional Institute of Islamic Thaght, hlm. 5

⁴¹ Muhammad, 2003, *Manajemen Bank Syari'ah*, Yogyakarta: UPP-AMP YKPN, hlm. 20

⁴² Hasan, Aedy, 2011, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*, Jakarta: Alfabeta .hlm. 47

⁴³ Riwayat Abu Daud, Hadits Shahih menurut Hakim, Hadits ini terdapat dalam "Kitab Bulughul Maram, Hadits no 903

⁴⁴ Muhammad, 2003, *Etika Bisnis Islam*, Yogyakarta: UPP-AMP YKPN. hlm. 56

1. Faktor ekonomi pedagang dan pembeli semakin meningkat dan mahal, sehingga para pedagang harus berfikir untuk memenuhi kebutuhannya.
2. Keinginan besar untuk mendapatkan keuntungan dan mengalami kerugian sekecil -kecilnya.
3. Motivasi pedagang untuk melakukan gharar pada setiap kesempatan yang ada.
4. Tidak percaya diri akan rezeki telah diberikan Allah SWT
5. Kurangnya mengingat Allah SWT, sebelum melakukan transaksi jual beli dengan pembeli
6. Terbatasnya ilmu yang dimiliki para pedagang tentang ajaran terdapat dalam Al-Qur'an dan Hadits.

Simpulan

1. Telah terjadinya praktik penipuan komersial jenis tahu putih berformalin yang ada di pasar terhadap para konsumen. Disamping itu, terdapat juga penipuan pengurangan berat barang saat ditimbang pada beberapa jenis pedagang ikan yang ada di pasar.
2. Penipuan komersial dalam perspektif ekonomi Islam yang dominan terjadi dipasar yaitu penipuan berbentuk *Gharar*.
3. Solusi ekonomi Islam dalam melindungi konsumen di pasar yaitu pemerintah harus mengawasi dan mengontrol langsung jalannya transaksi jual-beli dipasar agar tidak terjadi kecurangan terhadap konsumen, serta memberikan sanksi tegas kepada para pedagang yang dengan sengaja melakukan penipuan dan kecurangan pembeli.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an Terjemah Perkata Latin dan Kode Tajwid*, Jakarta: Insan Media Pustaka.
- Abdurrahman, 1991, *Ensiklopedi Ekonomi Keuangan dan Perdagangan*, Jakarta: PT. Pranadya Paramita.
- Ali, Muhammad Hasan, 2003, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam (Fiqh Muamalah)*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Alimin, Muhammad, 2004, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Amirullah, 2002, *Prilaku Konsumen*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ali, Zainuddin, 2008, *Hukum Ekonomi Syari'ah*, Jakarta: Sinar Grafika.
- Aedy, Hasan, 2011, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam*, Jakarta: Alfabeta.
- Azhar, Adiwarman Karim, 2004, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan, Edisi dua*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Deliar, Nov, 1995, *Ilmu Ekonomi*, Jakarta: Rajawali Press.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1999, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka.
- Fuad, Fokky, 2014, *Etika Bisnis dan Perlindungan Konsumen*, <http://uai.ac.id/2011/04/13/opini-ilmiah-hukum/>.
- Gilarso, 2003, *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*, Yogyakarta: Penerbit Konsius Anggota IKAPI.
- Hasan, Ahmad Syuribiji, 1416-1996, *Makafahata al-Ghisy at-Tijarah Ru'yatu Islamiyyah*, Iskandariyah: Daru ad-Da'wah.
- Issa, Rafiq Beekum, 1997, *Islamic Bussiness Ethics*, Virginia: The Internasional Institute of Islamic Thaught.
- Janus, Sidabalok, 2006, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung: Citra Aditya Bhakti.
- Karim, Adiwarman, 2001, *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Listiawati, 2012, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam "Tafsir Ayat-ayat Tentang Ekonomi"*, Palembang: Rafah Press.

- Muhammad, 2007, *Bisnis Syari'ah Perspektif Mua'malah dan Managemen*, Yogyakarta: STIM YKPN.
- Muhammad, 2003, *Manajemen Bank Syari'ah*, Yogyakarta: UPP-AMP YKPN.
- Muhammad, 2003, *Etika Bisnis Islam*, Yogyakarta: UPP-AMP YKPN.
- Nasution, Az, 2001, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Yogyakarta: Diadit Media.
- Nasution, Az, 1991, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, Jakarta: Daya Widya.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), 2008, *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Rasyidi, Suhaerman, 1998, *Pengantar Teori Ekonomi (Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro)*, Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Solihan, Asmuni Zamakhiyari, 2008, *Fikih Ekonomi Umar bin al-khattab*, Jakarta Timur: Khalifah Pustaka al-Kautsar Group.
- Uswatun, Heni Hasanah, 2015, Tesis "*Pemikiran Konsumsi Al-Ghazali dan Relevansinya Terhadap Perekonomian Modern*". Palembang: UIN Raden Fatah Palembang.
- Undang-undang Negara Republik Indonesia, *UU Perlindungan Konsumen No.8 Tahun 1999*.
- Wahbah al-Zuhaily, 1989, *Al-Fiqh al-Islamy wal Adillatahu*, Beirut: Dar al-Fikr.
- Www. [Http//Indonesia.Pasar](http://Indonesia.Pasar). Pasar Indonesia. Diakses pada tanggal 26 Desember 2015.
- Yunia, Ika Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, 2014, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam dalam Perspektif Maqasid al-Syari'ah*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Zaky, Abdullah al Kaaf, 2002, *Ekonomi Dalam Perspektif Islam*, Bandung: Pustaka Setia Bandung.