

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Secara historis, sejarah perlindungan konsumen dalam Islam sudah dimulai sejak Nabi Muhammad saw. belum diangkat menjadi Rasul.¹ Prinsip-prinsip perlindungan konsumen dapat ditemukan dari praktik-praktik bisnis yang dilakukan oleh Rasulullah saw. pada zamannya. Kejujuran, keadilan dan integritas Rasulullah tidak diragukan lagi oleh penduduk Mekkah, sehingga potensi tersebut meningkatkan reputasi dan kemampuannya dalam berbisnis. Dalam Islam, kerugian atau bahaya fisik yang diderita oleh konsumen karena cacat produk atau penipuan adalah perbuatan yang tidak dibenarkan, oleh karena itu pelaku usaha/produsen harus bertanggung jawab atas perbuatannya itu.²

Konsumen mendapatkan perhatian yang cukup besar dalam ajaran Islam, baik dalam Al-Qur'an maupun Hadis. Bisnis yang adil dan jujur menurut Al-Qur'an adalah bisnis yang tidak menzalimi dan tidak pula di dzalimi. Allah Swt. berfirman dalam QS. Al-Baqarah ayat:279

فَإِنْ لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ^ط وَإِنْ تُبْتِغُوا فَلَئِمَّ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا

تُظْلَمُونَ

¹ Mahdi Rizqullah Ahmad, *Biografi Rasulullah, Sebuah studi Analisis Berdasarkan Sumber-sumber Autentik*, (Jakarta, Qisthi Press, 2009), 152

² Muhammad & Alimin, *Etika & Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta;BPFE, 2004), 195

Artinya:

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

Sepintas ayat ini memang berbicara tentang riba, tetapi secara implisit mengandung pesan-pesan perlindungan konsumen. Di akhir ayat disebutkan tidak menganiaya dan tidak dianiaya (tidak mendzalimi dan tidak pula didzalimi). Dalam konteks bisnis, potongan pada akhir ayat tersebut mengandung perintah perlindungan konsumen.³ Bahwa antara pelaku usaha dan konsumen dilarang untuk saling mendzalimi atau merugikan satu dengan yang lainnya. Hal ini berkaitan dengan hak-hak konsumen dan juga hak-hak pelaku usaha (produsen). Konsep bisnis dalam Islam harus dilandasi oleh nilai-nilai dan etika yang menjunjung tinggi kejujuran dan keadilan.⁴

Banyaknya penduduk yang saling mengirim barang dari tempat yang jauh membuat jasa pengiriman barang menjadi sangat penting bagi masyarakat. Berdasarkan kenyataan tersebut, saat ini terdapat banyak perusahaan jasa pengiriman barang baik milik pemerintah maupun milik Swasta. Salah satu perusahaan jasa pengiriman barang milik Swasta yaitu PT. Pos Indonesia (Persero). PT. Pos Indonesia (Persero) merupakan perusahaan dalam bidang kurir

³ Nurhalis, “Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam Dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999”, (Skripsi-Fakultas Hukum Institut Agama Islam Hamzanwadi (IAIH) NW Lombok Timur, 2015)

⁴ Zulham, *Hukum perlindungan konsumen*, (Jakarta; kencana, 2013), 41

ekspres dan logistik yang berkantor pusat di Jakarta, Indonesia. PT. Pos Indonesia (Persero) yang merupakan salah satu perusahaan jasa kurir di Indonesia dari sekian banyak perusahaan pengiriman barang lainnya.

Proses pengiriman barang oleh PT. Pos Indonesia (Persero) dimulai pada saat konsumen/pengirim datang ke agen PT. Pos Indonesia (Persero) dengan membawa suatu/sejumlah barang yang telah disiapkan untuk dikirim. Kemudian pihak PT. Pos Indonesia (Persero) mengecek kelengkapan barang tersebut, dari jumlah barang yang akan dikirim tersebut maka akan dikeluarkan suatu dokumen atau surat perjanjian pengiriman barang yang selanjutnya harus ditandatangani oleh konsumen/pengirim, yang berarti bahwa konsumen telah menyetujui syarat-syarat atau klausul-klausulnya baik mengenai syarat, ketentuan, akibat, dan resiko dari pengiriman barang tersebut.

Dalam setiap transaksi tentu di dalamnya terkandung sebuah perikatan bagi pihak yang melakukan transaksi tersebut. Dalam hal ini setiap transaksi haruslah mengandung manfaat bagi pihak-pihak yang membuatnya. Hal ini selaras dengan asas itikad baik yaitu pihak-pihak yang melakukan perjanjian haruslah melakukannya dengan itikad baik dengan tidak mengganggu hak dan kewajiban pihak lain. Yang dalam hal ini tidak terlepas dari transaksi yang dilakukan oleh PT. POS Indonesia dengan pengguna jasa pos yang dalam bertransaksi haruslah menguntungkan dan tidak boleh ada yang merasa dirugikan oleh salah satu pihak.

D. Kajian Pustaka

Berdasarkan penelusuran yang dilakukan oleh penulis dari beberapa penelitian sebelumnya, ada beberapa kajian atau injauan yuridis yang membahas tentang “Analisis Hukum Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 Terhadap Tanggung Jawab Pelaku Usaha Jasa Pengiriman Barang (Studi Kasus di PT. Pos Indonesia (Persero) Magersari, Kec. Sidoarjo, Kab. Sidoarjo)” yaitu:

Pertama, Lucy Margareth Napitupulu, dengan judul, “Perlindungan Konsumen Terhadap Pengguna Jasa Pos Express di PT. Pos Indonesia (Persero) Medan (Studi Kasus PT. Pos Medan)”. Penelitian ini menjelaskan tentang perlindungan hukum yang diberikan terhadap konsumen jasa pengiriman barang yang bersangkutan berbentuk perjanjian baku dan melalui Undang – Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.⁷ Perlindungan ini diberikan kepada konsumen sesuai penyebab kerugian tersebut.

Kedua, Novita Kharin Widistasari, dengan judul “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Pengguna Jasa Pengiriman Barang Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Cabang Solo”, yang menjelaskan bahwa keberadaan PT. Pos Indonesia (Persero) sebagai perusahaan yang bergerak di bidang pos dan

⁷ Lucy Margareth Napitupulu, “Perlindungan Konsumen Terhadap Pengguna Jasa Pos Express Di PT. Pos Indonesia (Persero) Medan (Studi Kasus PT Pos Medan)”,(Skripsi-Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara, 2010)

2. Sumber data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua sumber data, yakni:

a. Sumber data primer

Sumber data primer adalah suatu data yang diperoleh langsung dari lapangan termasuk laboratorium.¹² Yaitu pihak-pihak yang terkait praktik ini (konsumen PT. Pos Indonesia dan PT. Pos Indonesia (Persero))

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber dari bahan bacaan yang berkaitan dengan objek penelitian.¹³ Adapun sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah:

- 1) Data dari Pengguna Jasa Pos yang bersangkutan
- 2) Data yang ada pada *database* PT. POS Indonesia

3. Teknik Penggalan Data

Merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Pengumpulan data yang dipergunakan penulis dalam penelitian ini adalah:

a. Interview (Wawancara)

Berupa tanya jawab antara penulis dengan sumber informasi yang berlangsung secara lisan dengan Bapak Heru, Ananda Firda dan Ananda Hanif, guna mencapai data yang jelas sehingga penulis lebih mudah untuk

¹² Nasution, *Metode Research*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1996), 146

¹³ Ibid.

Bab kedua merupakan landasan teori yang berisi tinjauan tentang perlindungan konsumen, dalam bab ini digunakan untuk membahas beberapa hal diantaranya pengertian dan tinjauan hukum konsumen, tanggung jawab pelaku usaha, serta sanksi-sanksi hukum yang dapat diberikan terhadap tindakan pelanggar yang dilakukan.

Bab ketiga merupakan pembahasan tentang gambaran umum perlindungan konsumen dalam pengiriman barang di PT. Pos Indonesia (Persero). Pembahasan pada bab ini juga memuat gambaran umum tentang sejarah dan perkembangan perusahaan dan bentuk perlindungan konsumen di PT. Pos Indonesia (Persero).

Bab keempat merupakan analisis hukum Islam dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen terhadap tanggung jawab atas keterlambatan, kerusakan atau kehilangan barang yang dikirim di PT. Pos Indonesia (Persero).

Bab kelima merupakan penutup yang memuat kesimpulan-kesimpulan yang merupakan jawaban dari permasalahan dan dilengkapi dengan saran-saran. Dalam bab terakhir ini akan dilengkapi dengan daftar pustaka dan lampiran-lampiran yang dianggap perlu.