

**PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM PRAKTIK JUAL  
BELI PERUMAHAN MENURUT HUKUM ISLAM  
(STUDI KASUS DI KOTA LANGSA)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Oleh :**

**KHAIRUL MAULIYANA**

**Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri  
(IAIN) Zawiyah Cot Kala Langsa  
Program Strata Satu (S-1)  
Fakultas/Jurusan : Syari'ah / MU  
NIM : 2012012109**



**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
ZAWIYAH COT KALA LANGSA  
2016 M/1438 H**

**PERLINDUNGAN KONSUMEN DALAM PRAKTIK JUAL BELI  
PERUMAHAN MENURUT HUKUM ISLAM  
(STUDI KASUS DI KOTA LANGSA)**

Oleh :

**KHAIRUL MAULIYANA**

NIM. 2012012109

Menyetujui

**PEMBIMBING I**



**SAIFUDDIN, MA**

**PEMBIMBING II**



**JAIDATUL FIKRI, M.SI**

**MENGETAHUI**

Dekan Fakultas Syari'ah  
Institut Agama Islam Negeri  
(IAIN) Zawiyah Cot Kala Langsa



**DR. ZULFIKAR, MA**  
NIP. 19720909 199905 1 001

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul **Perlindungan Konsumen Dalam Praktik Jual Beli Perumahan Menurut Hukum Islam (Studi Kasus Di Kota Langsa)** telah dimunaqasahkan dalam Sidang Munaqasah Fakultas Syari'ah IAIN Zawiyah Cot Kala Langsa, pada tanggal 19 September 2016.

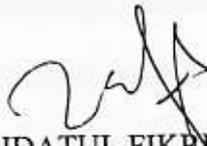
Skripsi telah diterima sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Syari'ah Jurusan Muamalah.

Langsa, 22 November 2016  
Panitia Sidang Munaqasah  
Skripsi Fakultas Syari'ah  
IAIN ZCK Langsa

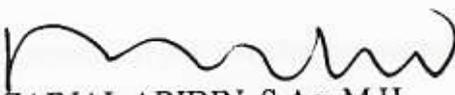
**Ketua**

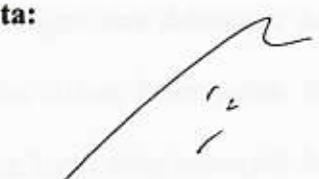
  
SAIFUDDIN, MA

**Sekretaris**

  
JAIDATUL FIKRI, M.SI

**Anggota-anggota:**

  
ZAINAL ABIDIN, S.Ag. M.H

  
NOVIANDY, S. Fil. I, M. Hum

**Mengetahui:**

Dekan Fakultas Syari'ah  
Institut Agama Islam Negeri  
(IAIN) Zawiyah Cot Kala Langsa

  
Dr. ZULFIKAR, MA  
NIP. 19720909 199905 1 001

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan taufiq dan hidayah-Nya berkat rahmat dan petunjuk-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul : **“Perlindungan Konsumen Dalam Praktik Jual Beli Perumahan Menurut Hukum Islam (Studi Kasus Di Kota Langsa)”** dengan baik walaupun dalam bentuk sederhana dan masih perlu banyak pembenahan. Penulis menyadari bahwa masih banyak membutuhkan kritik dan saran agar dapat ditindak lanjuti dalam penulisan yang lebih baik lagi. Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita baginda Nabi Muhammad SAW, para keluarga, sahabat dan para pengikutnya yang telah membawa petunjuk kebenaran seluruh umat manusia yaitu Ad-Dinul Islam yang kita harapkan syafaatnya di dunia dan akhirat. Dengan terselesainya skripsi ini, tidak lupa penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan arahan, bimbingan dan dukungan dari semua pihak baik moril maupun materil. Oleh karena itu dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Dr. H. Zulkarnaini Abdullah, MA selaku rektor IAIN Zawiyah Cot Kala Langsa.
2. Dekan Fakultas Syari'ah yaitu Bapak DR. Zulfikar, MA dan ketua Fakultas Ibu Anizar, MA.

3. Bapak Saifuddin, MA selaku pembimbing I dan Ibu Jaidatul Fikri, M.S.I selaku pembimbing II.
4. Bapak Abdul Manaf, M.Ag selaku Penasehat Akademik penulis yang telah banyak membantu dan memberi motivasi serta nasehat bagi penulis dalam menyelesaikan studi.
5. Para dosen dan seluruh karyawan serta staf Pegawai IAIN Zawiyah Cot Kala Langsa atas bantuan yang diberikan selama penulis mengikuti studi.
6. Ayahanda dan Ibunda yang senantiasa memberikan dorongan moril maupun materil kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan studi dengan baik.
7. Serta seluruh pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, saran dan kritik konstruktif dari berbagai pihak sangat penulis harapkan demi terwujudnya skripsi yang lebih untuk masa-masa yang akan datang.

Akhirnya peneliti hanya dapat berdo'a semoga amal baik mereka diterima oleh Allah SWT sebagai amalan sholehah serta mendapat imbalan yang semestinya. Penulis berharap semoga tulisan ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menembah khazanah ilmu pengetahuan.

Langsa, Agustus 2016

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	4
D. Penjelasan Istilah .....	5
E. Penelitian Terdahulu .....	6
F. Kerangka Teori .....	9
G. Sistematika Pembahasan .....	10
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b>	
A. Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Islam .....	13
1. Pengetian Konsumen.....	13
2. Dasar Hukum Konsumen .....	27
B. Hukum Perlindungan Konsumen Menurut Empat Mazhab .....	35
C. Jual Beli.....	42
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian.....	48
B. Lokasi Penelitian.....	48
C. Teknik Pengumpulan Data.....	49
D. Sumber Data Penelitian.....	50
E. Pendekatan Penelitian .....	51
F. Metode Analisa Data.....	52
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum .....	
B. Praktik Jual Beli Perumahan Di Kota Langsa .....	
C. Praktik Jual Beli Perumahan Di Kota Langsa Ditinjau Dari Hukum Perlindungan Konsumen .....	
D. Praktik Jual Beli Perumahan Di Kota Langsa Ditinjau Dari Hukum Islam.....	
E. Analisis Penulis .....	
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	
B. Saran-saran .....	
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	

## ABSTRAK

**Nama: Khairul Mauliyana, Tempat Tanggal Lahir: Sigli, 26 Oktober 1993, Fakultas/Jurusan: Syari'ah/Muamalah, Nim: 2012012109, Judul Skripsi: Perlindungan Konsumen Dalam Praktik Jual Beli Perumahan Menurut Hukum Islam (Studi Kasus Di Kota Langsa)**

Islam adalah agama yang mengajarkan nilai-nilai etika, moral dan spritual yang berfungsi sebagai pedoman hidup dari segala bidang bagi pemeluknya, tidak terkecuali bidang ekonomi. Usaha dalam kehidupan merupakan suatu cara untuk memperoleh sesuatu secara maksimal untuk kehidupan, namun masih banyak usaha-usaha yang dijalankan tidak sesuai dengan aturan-aturan dalam Islam sehingga perlu adanya pengetahuan dalam melakukan aktivitas. Permasalahan yang diteliti yaitu, pandangan Hukum Islam terhadap perlindungan konsumen dalam praktik jual beli perumahan di Kota Langsa. Metode penelitian yang penulis gunakan yaitu penelitian lapangan (*field research*) yang dalam pengumpulan datanya dilakukan secara langsung dari lokasi penelitian, untuk memberikan jawaban terhadap perlindungan konsumen dalam jual beli perumahan, yaitu penelitian mencari data maupun informasi yang bersumber dari lapangan. Penentuan informasi dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu dengan memilih orang-orang yang diduga dan diyakini mengetahui permasalahan yang diteliti, dengan menggunakan informan pengumpulan data seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jual beli perumahan mencakup tiga hal, pertama permasalahan yang muncul sebelum transaksi. Permasalahn ini mencakup informasi yang tidak jujur dari pengembang (*developer*), informasi tidak lengkap atau hanya iming-iming iklan. Kedua, transaksi, tidak jarang ketika adalah proses transaksi, konsumen dibebani biaya tambahan yang sebelumnya tidak muncul dalam sebelum transaksi. Ketiga, permasalahan yang muncul setelah terjadinya transaksi mulai dari sertifikat bermasalah, tidak ada fasilitas sosial dan fasilitas umum, sampai pembangunan rumah tidak terealisasi oleh *developer*. Pada dasarnya jual beli itu selalu sah apabila dilakukan atas dasar suka sama suka antara keduanya. Di dalam jual beli terdapat manfaat dan urgensi sosial, apabila diharamkan maka akan menimbulkan berbagai kerugian. Berdasarkan hal ini, seluruh transaksi (jual beli) yang dilakukan manusia hukum asalnya adalah halal, kecuali terdapat dalil yang melarang transaksi tersebut.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Pada hakikatnya Islam adalah agama yang mengajarkan nilai-nilai etika, moral dan spiritual yang berfungsi sebagai pedoman hidup dari segala bidang bagi pemeluknya, tidak terkecuali bidang ekonomi. Banyak sekali ajaran Islam yang mendorong umatnya mau bekerja keras untuk kemaslahatan baik didunia maupun diakhirat kelak, berlomba-lomba dalam kebaikan, dan lain-lain.<sup>1</sup>

Sebagai makhluk sosial, manusia tidak akan mampu memenuhi kebutuhan hidupnya sendiri tanpa berinteraksi dengan orang lain, adalah suatu kemutlakan bahwa manusia harus berhubungan dengan yang lain baik demi tujuan ekonomi maupun yang lainnya. Islam mengajarkan pemeluknya untuk saling tolong menolong demi tujuan manusia dan kelangsungan hidup manusia itu sendiri, Islam adalah agama sempurna yang menitik beratkan pada masalah akidah dan syari'at. Sebagaimana menjelaskan hubungan antara hamba dengan Rabb-Nya, Islam juga menjelaskan berbagai macam aturan hidup, termasuk di dalamnya muamalah dan sistem perekonomian.<sup>2</sup>

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ۝ ۱ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ۝ ۲ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ۝ ۳

Artinya: “ *Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka*

<sup>1</sup> Muh. Yunus, *Islam Dan Kewirausahaan Inovatif*, (UIN-Malang Press, 2008), h. 73.

<sup>2</sup> Ahamad bin abdurrazaq ad-dawaisy, *Fatwa-fatwa Jual Beli Oleh Ulama-ulama Besar Terkemuka*, (Bogor: Pustaka Imam Asy-syafi'i, 2005), h. 205.

*minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.” (Q.S. Al-Muthaffifin: 1-3)<sup>3</sup>*

Kumpulan ayat al-Qur'an di atas, sengaja dipilih untuk mengingatkan kita semua pada salah satu filosofi dasar ajaran Islam dalam kegiatan ekonomi dan bisnis, yakni larangan berbuat zalim dan kecurangan. Semua transaksi yang dilakukan oleh seorang muslim haruslah berdasarkan prinsip rela sama rela dan tidak boleh ada pihak yang menzalimi atau dizalimi. Prinsip dasar ini mempunyai implikasi yang sangat luas dalam bidang ekonomi dan bisnis.<sup>4</sup>

Usaha dalam kehidupan merupakan suatu cara untuk memperoleh sesuatu secara maksimal untuk kehidupan, namun masih banyak usaha-usaha yang dijalankan tidak sesuai dengan aturan-aturan dalam Islam sehingga perlu adanya pengetahuan dalam melakukan aktivitas, usaha dalam kehidupan yaitu bukan hanya kehidupan didunia tapi juga pengetahuan ukhrawi yaitu yang menyangkut makhluk dengan sang pencipta Allah SWT, dalam dunia usaha bisnis tidak dikenal adanya impas, jika tidak ada untung maka rugi, kerugian disini bisa berupa barang, tenaga, dan waktu sehingga seseorang memerlukan waktu untuk memulai sebuah usaha.

Zaman sekarang ini *developer* yang membangun perumahan baik di kota besar maupun kota kecil seperti Langsa. Dengan maraknya *developer* yang membangun pemukiman indah dan asri maka memudahkan masyarakat untuk memiliki rumah idaman yang sesuai dengan kemampuan dan keinginan masing-masing konsumen.

---

<sup>3</sup> Departemen Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: PT Syamil Cipta Media, 2004), h. 205.

<sup>4</sup> Ahamad bin abdurrazzaq ad-dawaisy, *Fatwa-fatwa Jual Beli Oleh Ulama-ulama Besar Terkemuka...*, h. 205.

Kebutuhan rumah atau tempat tinggal sangatlah penting dalam sebuah keluarga, faktor kesibukan dan berbagai macam aspek yang menyebabkan banyak masyarakat memilih membeli atau kredit perumahan. Banyaknya perusahaan yang bergerak dibidang developer dan kontraktor. Demi mengimbangi kemampuan dan keinginan para konsumen maka developer biasanya memiliki banyak varian tipe rumah, yang tentunya mempengaruhi ukuran model perumahan tersebut serta mempengaruhi harga diri rumah tersebut agar dapat di jangkau oleh kalangan menengah keatas. Jumlah perusahaan pengembang yang cukup banyak tersebut memang sangat memungkinkan timbul persaingan yang tidak sehat, persaingan yang ketat dalam memasarkan setiap produk masing-masing perusahaan memicu inovasi dalam kegiatan promosi, pengolahan penampilan, kecerdikan bahasa iklan berbagai penawaran menarik saling di tonjolkan, itu merupakan strategi perusahaan pengembang untuk menarik minat dari masyarakat agar tertarik untuk membeli.

Konsumen dituntut selektif dalam menentukan pilihan perumahan dan membaca dengan teliti isi dari perjanjian jual beli maupun kredit perumahan tersebut. Ada penyesalan jika rumah sudah di beli dan menempati rumah karena merasa dirugikan akibat kesalahpahaman dalam mengartikan masalah yang termasuk dalam perjanjian awal.

Banyak konsumen yang mengeluh dalam jual beli perumahan ini yakni dengan berbagai masalah yang dihadapi seperti keluhan mengenai kontruksi bangunan yang tidak sesuai standar, bangunan yang kurang kokoh atau rentan dengan kerusakan, tidak sesuai dengan apa yang ada dalam iklan atau perjanjian

jual beli. Berdasarkan observasi awal peneliti menyimpulkan bahwa permasalahan yang sering dikeluhkan oleh para pembeli perumahan dari *developer* tersebut ialah proses sertifikasi yang lambat, sarana yang belum memadai.<sup>5</sup>

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan di atas, penyusun tertarik untuk meneliti permasalahan jual beli perumahan tersebut secara lebih jauh dan dituangkan dalam karya ilmiah dengan judul “ **Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli Perumahan Menurut Hukum Islam (Studi Kasus di Kota Langsa)**”

### **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pandangan hukum Islam terhadap perlindungan konsumen dalam praktek jual beli perumahan?
2. Bagaimana perlindungan konsumen dalam praktek jual beli perumahan di Kota Langsa?

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

Penelitian ini mempunyai tujuan dan manfaat yang diharapkan bermanfaat bagi masyarakat terutama konsumen perumahan, tujuan tersebut antara lain :

1. Untuk mengetahui pandangan hukum Islam terhadap perlindungan konsumen dalam jual beli perumahan.
2. Untuk mengetahui perlindungan konsumen dalam jual beli perumahan di Kota Langsa.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain :

---

<sup>5</sup> Wawancara dengan konsumen pada hari sabtu tanggal 12 desember 2015 pukul 13.30 WIB.

1. Secara teoritis

Kegunaan teoritis dari penelitian ini adalah sebagai bahan informasi dan pengetahuan yang dijadikan sumbangan pemikiran bagi jurusan muamalat terutama tentang pelaksana perlindungan terhadap konsumen dalam jual beli terutama dalam bidang perumahan, berkaitan dengan iklan yang menyelesaikan jika ditinjau dari hukum Islam.

2. Secara Praktis

Kegunaan praktis dari penelitian ini adalah dapat di jadikan sebagai bahan pertimbangan bagi calon konsumen. Dalam hal ini para konsumen perumahan agar lebih berhati-hati dan teliti jika hendak membeli perumahan dan tidak mudah percaya pada iklan maupun perjanjian yang ditawarkan jika belum ada kejelasan.

#### **D. Penjelasan Istilah**

Untuk mencegah timbulnya penafsiran yang keliru terhadap istilah-istilah yang terdapat dalam penulisan proposal ini, maka penulis merasa perlu untuk menjelaskan istilah-istilah sebagai berikut :

1. Hukum Islam

Hukum Islam lebih dikenal dengan syari'ah dan fiqh oleh para fuqaha sebagaimana hukum yang ditetapkan Allah SWT untuk para hamba-Nya dengan perantara Rasul-Nya supaya hamba-Nya melaksanakan dengan dasar iman.<sup>6</sup> Dengan arti lain, hukum Islam adalah peraturan yang dirumuskan berdasarkan wahyu Allah SWT dan Sunnah Rasulullah SAW tentang tingkah laku mukallaf

---

<sup>6</sup> Muhammad Irhamni, *Perlindungan Konsumen Dan Perjanjian Baku Ditinjau Dari Perspektif Islam*, (Yogyakarta: IAIN Sunan Kalijaga, 2005).

yang diakui dan berlaku serta mengikat bagi semua pemeluk agama Islam.<sup>7</sup> Hukum Islam dalam pembahasan penelitian ini adalah peraturan dan ketentuan yang berkenaan dengan kehidupan berdasarkan al-Qur'an dan Hadits.

## 2. Perlindungan

Dalam kamus besar bahasa Indonesia perlindungan memiliki arti sebagai tempat perlindungan atau hal perbuatan melindungi.<sup>8</sup> Maksud perlindungan dalam penelitian ini yaitu melindungi konsumen dari penipuan.

## 3. Konsumen

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.<sup>9</sup>

## 4. Jual Beli

Jual beli menurut bahasa artinya menukar kepemilikan barang dengan barang atau saling tukar menukar. Menurut istilah yaitu menukar barang dengan barang atau barang dengan uang yang dilakukan dengan jelas melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan.<sup>10</sup>

## 5. Perumahan

Perumahan adalah kelompok rumah yang berfungsi sebagai tempat tinggal atau hunian yang dilengkapi dengan prasarana lingkungan yaitu kelengkapan dasar fisik lingkungan. Berdasarkan Undang-undang No 4 Tahun 1992 perumahan

---

<sup>7</sup> M. Ali Hasan, *Perbandingan Mazhab*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998), h. 6.

<sup>8</sup> Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1990), h. 526.

<sup>9</sup> Ahmadi Meru, *Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), h. 20.

<sup>10</sup> Sohari Sahrani dan Ru'fah Abdullah, *Fikih Muamalah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), h. 66.

dan pemukiman, perumahan adalah kelompok rumah yang berfungsi sebagai lingkungan tempat tinggal atau lingkungan hunian yang dilengkapi dengan prasarana dan sarana lingkungan.<sup>11</sup>

#### **E. Penelitian Terdahulu**

Berdasarkan pengamatan penulis sudah banyak sumber pustaka yakni buku, kitab dan *litelature* lainnya yang menuliskan perlindungan konsumen maupun jual beli namun belum ada yang membahas perlindungan konsumen dalam jual beli perumahan. Pembahasan tentang permasalahan perlindungan konsumen juga di temukan dalam skripsi yang di tulis oleh mahasiswa fakultas syari'ah terdahulu. Penelitian tersebut hanya menjelaskan perlindungan konsumen dan tidak membahas jual beli perumahan.

Ainal Yaqin dalam skripsinya yang berjudul Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli Hp Second.<sup>12</sup> Penelitian ini mengkaji tentang kurangnya penjelasan penjual kepada konsumen atau pembeli tentang kondisi barang yang akan diperjual belikan. Penelitian tentang perlindungan konsumen penyusun menjadikannya perbandingan agar menghasilkan hal-hal yang lebih berkualitas. Hal ini dikarenakan belum ada yang meneliti permasalahan tentang pandangan hukum Islam terhadap perlindungan konsumen dalam jual beli perumahan.

---

<sup>11</sup> Ahmadi Meru, *Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia...*, 61.

<sup>12</sup> Ainal Yaqin, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli Hp Second*, Jurusan Syari'ah (STAIN) Zawiyah Cot Kala Langsa, 2013.

Muhammad Irhamni yang berjudul Perlindungan konsumen Dalam Perjanjian Baku Dalam Perspektif Hukum Islam.<sup>13</sup> Ia menjelaskan tentang perjanjian baku yang dilakukan oleh pelaku usaha terhadap konsumen agar tidak saling merugikan kenyataan yang terjadi yaitu pelaku usaha yang sering merugikan konsumen.

Fahimatul Ilyah yang berjudul perlindungan konsumen bagi pengguna jasa angkutan jalan raya studi kasus bus transjogja, yogyakarta.<sup>14</sup> Ia menjelaskan tentang kota Yogyakarta merupakan salah satu kota di Indonesia yang tidak mengenal istilah angkutan kota (angkot dengan armada mini bus). Sebagai pelaku usaha di bidang jasa transportasi, maka Transjogja dalam pelayanannya mempunyai tanggungjawab atas kewajiban untuk menjamin hak-hak dari konsumen yang menggunakan jasa transportasi ini.

Ice Trisnawati yang berjudul Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Perjanjian Jual Beli Dengan Menggunakan Klausula Baku.<sup>15</sup> Ia menjelaskan bahwa penggunaan klausula baku tidak bertentangan dengan Undang-undang Perlindungan Konsumen sepanjang pelaku usaha tidak mencantumkan hal-hal yang telah diatur dalam pasal 18 ayat (1) Undang-undang Perlindungan Konsumen yang menyebutkan bahwa pelaku usaha dilarang mencantumkan klausula baku yang berisikan pengalihan tanggung jawab pelaku usaha, menolak penyerahan kembali barang, pemberian kuasa dari konsumen

---

<sup>13</sup> Muhammad Irfamni, *Perlindungan konsumen Dalam Perjanjian Baku Dalam Perspektif Hukum Islam*, (Yogyakarta: IAIN Sunan Kalijaga, 2005).

<sup>14</sup> Fathimatul Ilyah, *Perlindungan Konsumen Bagi Pengguna Jasa Angkutan Jalan Raya (Studi Kasus Bus Transjogja, Yogyakarta)*, (Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2014).

<sup>15</sup> Ice Trisnawati, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Perjanjian Jual Beli Dengan Menggunakan Klausula Baku*, (Medan: Universitas Sumatera Utara, 2009).

kepada pelaku usaha untuk melakukan tindakan sepihak berkaitan dengan barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran, tunduknya konsumen kepada peraturan yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha dalam masa konsumen memanfaatkan jasa yang dibelinya, dan lain-lain. Klausula baku tidak bertentangan dengan asas kebebasan berkontrak, karena kepada konsumen masih diberikan suatu kehendak bebas untuk menerima atau menolak perjanjian jual beli yang menggunakan klausula baku tersebut.

Rati Hardiyati dengan judul analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa penginapan (Villa) agrowisata kebun teh pagilaran.<sup>16</sup> Ia membahas pada era globalisasi produk dan jasa bersaing dalam satu pasar semakin banyak dan beragam akibat keterbukaan pasar, dengan adanya kualitas pelayanan yang baik dalam suatu perusahaan akan menciptakan kepuasan bagi para pelanggannya. Agrowisata kebun teh merupakan tempat pariwisata yang sering dikunjungi oleh wisatawan dari dalam kota Batang maupun luar kota Batang. Hal ini menjadi satu pekerjaan bagi manajemen agar terus berupaya mengkombinasikan keunggulan-keunggulan mereka untuk terus dapat menarik minat konsumen, sekaligus mempertahankan konsumennya. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan layanan yang diberikan karena ini merupakan salah satu faktor yang dapat menciptakan kepuasan pada diri konsumen.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan yang sedang penulis teliti yaitu, skripsi penulis lebih terarah terhadap perlindungan konsumen dalam praktik jual beli perumahan kemudian ditinjau menurut hukum Islam, penulis melakukan

---

<sup>16</sup> Rati Hardiyati, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2010).

observasi, wawancara dan dokumentasi mengenai praktik jual beli perumahan di kota Langsa kemudian penulis analisis berdasarkan hukum Islam, sedangkan skripsi penelitian terdahulu hanya membahas mengenai perlindungan konsumen dengan berbagai objek yang diteliti.

## F. Kerangka Teori

Menurut hukum Islam segala bentuk transaksi bisnis atau perjanjian bisnis dewasa ini boleh dilakukan atau sah hukumnya, selagi transaksi bisnis atau perjanjian itu mendatangkan kemaslahatan bagi umat manusia. Jual beli harus memperhatikan nilai-nilai keadilan serta menghindari perbuatan yang dapat merugikan pihak lain, karena pada jual beli yang terdapat cacat bisa menyebabkan kerugian konsumen.<sup>17</sup> Sesuai dengan hadits Rasulullah SAW:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ، أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ نَهَى عَنْ بَيْعِ الْحَصَاةِ وَعَنْ بَيْعِ الْعُرِّ (رواه  
الجماعة)

Artinya: *Dari Abu Hurairah bahwasanya Nabi SAW melarang jual beli dengan menggunakan kerikil dan jual beli barang yang mengandung unsur penipuan (samar). (HR. Jama'ah)*<sup>18</sup>

Seseorang yang membuat kerusakan atau kerugian terhadap orang lain menghindari bentrokan berbagai kepentingan dimasyarakat. Jika produk cacat maka pembeli berhak mengembalikan dan khiyar. Muamalat di lakukan secara suka rela tanpa mengandung unsur paksaan, muamalat di lakukan dengan pertimbangan yang mendatangkan manfaat, menghindari mudarat dalam hidup

<sup>17</sup> M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2004), h. 141.

<sup>18</sup> Al Imam Asy-Syaukani, *Ringkasan Nailul Authar*, Terj. Amir Hamzah Fachrudin, Jilid III, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2006), h. 8.

masyarakat, dan muamalat dilaksanakan dengan memelihara nilai keadilan menghindari pengambilan kesempatan dalam kesempatan.<sup>19</sup>

Pembahasan penelitian ini hanya menyangkut khiyar cacat yaitu apabila cacat yang terjadi setelah akad sebelum barang yang diterima maka barang yang dijual belum dibeli masih dalam tanggungan penjual dan sebaliknya dan apabila barang sudah tidak ada atau bahkan cacat tersebut. Islam menganjurkan khiyar untuk menghindari praktek-praktek kecurangan dalam transaksi jual beli, hukum asal dalam jual beli adalah tetap (tidak boleh diurungkan) apabila telah dipenuhi syarat-syarat yang telah ditentukan.<sup>20</sup>

Jika barang yang diperjual belikan dan diketahui pemilik maka dia wajib menerangkan dan tidak boleh disembunyikan, jika sengaja disembunyikan maka termasuk penipuan dan kecurangan.<sup>21</sup>

### **G. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan adalah merupakan suatu susunan untuk mempermudah dalam mengarahkan penulisan agar tidak mengarah pada hal-hal yang tidak berhubungan dengan masalah yang hendak di teliti, susunan bagian tersebut antara lain:

Bab I Memuat tentang pendahuluan, bab ini merupakan pengantar masuk masalah, dan memberikan gambaran yang utuh tentang isi penelitian, yang isinya mencakup tentang Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian,

---

<sup>19</sup> Hedi Suhendi, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2011), h. 115.

<sup>20</sup> M Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam*, (Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada, 2004), h. 138.

<sup>21</sup> Buchari Alma, *Ajaran Islam Dalam Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 1994), h. 55.

Kegunaan dan Manfaat Penelitian, Penjelasan Istilah Kajian Pustaka, Kerangka Teori, dan Sistematika Penulisan.

Bab II Landasan teori yaitu pengertian jual beli, dasar hukum jual beli, rukun dan syarat jual beli, pengertian konsumen, hak dan kewajiban konsumen, dan dasar hukum konsumen.

Bab III Metodologi Penelitian yaitu, jenis penelitian, sumber penelitian, teknik pengumpulan data, lokasi penelitian, sifat penelitian, pendekatan penelitian, dan metode analisa data.

Bab IV Hasil penelitian yaitu, gambaran umum lokasi penelitian, perlindungan konsumen dalam jual beli perumahan di kota Langsa, pandangan hukum Islam terhadap perlindungan konsumen dalam jual beli perumahan, dan analisis penelitian

Bab V Penutup, bab ini merupakan bab terakhir yang isinya meliputi kesimpulan dan Saran-saran.

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Perlindungan Konsumen Dalam Hukum Islam

##### 1. Pengertian Konsumen

Istilah konsumen berasal dari consumer (pemakai).<sup>1</sup> Secara harfiah konsumen adalah seorang yang membeli barang atau menggunakan jasa, atau seseorang atau perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu.<sup>2</sup> Menurut kamus besar bahasa Indonesia pengertian konsumen adalah pemakai barang produksi yang berupa bahan pakaian, makanan dan sebagainya.<sup>3</sup> Konsumen pada umumnya diartikan sebagai pemakai terakhir dari produk yang diserahkan kepada mereka oleh pengusaha, yaitu setiap orang yang mendapatkan barang untuk dipakai dan tidak untuk diperdagangkan atau diperjualbelikan lagi.<sup>4</sup> Konsumen menurut Pasal 1 angka 2 Undang-undang Perlindungan Konsumen adalah setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.<sup>5</sup> Selain pengertian-pengertian di atas, dikemukakan pula pengertian konsumen, yang khusus berkaitan dengan masalah ganti rugi. Di Amerika Serikat, pengertian konsumen meliputi “korban produk

---

<sup>1</sup> Rahmadi Usman, *Hukum Ekonomi Dalam Dinamika*, (Jakarta: Djambatan, 2000), h. 200.

<sup>2</sup> AZ. Nasution, *Konsumen dan Hukum*, (Jakarta: Pusat Sinar Harapan, 1995), h. 69.

<sup>3</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi III, (Jakarta: Balai Pustaka, 2001), h. 590.

<sup>4</sup> Janus Sidabalok, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2010), h. 17.

<sup>5</sup> Ahmad Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: PT RajaGrafindo, 2008), h. 4.

cacat” yang bukan hanya meliputi pembeli, melainkan juga korban yang bukan pembeli, namun pemakai, bahkan korban yang bukan pemakai memperoleh perlindungan yang sama dengan pemakai. Sedangkan di Eropa, hanya dikemukakan pengertian konsumen berdasarkan *Product Liability Directive* (selanjutnya disebut Directive) sebagai pedoman bagi negara MEE dalam menyusun ketentuan mengenai Hukum Perlindungan Konsumen. Berdasarkan Directive tersebut yang berhak menuntut ganti kerugian adalah pihak yang menderita kerugian (karena kematian atau cedera) atau kerugian berupa kerusakan benda selain produk yang cacat itu sendiri.<sup>6</sup> Pakar masalah konsumen di Belanda, Hondius menyimpulkan, para ahli hukum pada umumnya sepakat mengartikan konsumen sebagai pemakai produksi terakhir dari benda dan jasa. Dengan rumusan itu, Hondius ingin membedakan antara konsumen bukan pemakai akhir (konsumen antara) dan konsumen pemakai akhir. Konsumen dalam arti luas mencakup kedua kriteria itu, sedangkan konsumen pemakai dalam arti sempit hanya mengacu pada konsumen pemakai terakhir. Untuk menghindari kerancuan pemakaian istilah “konsumen” yang mengaburkan dari maksud yang sesungguhnya.<sup>7</sup>

Perdapat beberapa batasan pengertian konsumen, yakni:<sup>8</sup>

1. Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa yang digunakan untuk tujuan tertentu;

---

<sup>6</sup> Ahmadi Miru, *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Di Indonesia*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), h. 21.

<sup>7</sup> Susanti Adi Nugroho, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*, (Jakarta: Kencana, 2011), h. 61-62.

<sup>8</sup> A. z. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pengantar*, (Jakarta: Daya Widya, 1999), h. 13.

2. Konsumen antara adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang/jasa lain atau untuk diperdagangkan (tujuan komersial).
3. Konsumen akhir adalah setiap orang alami yang mendapatkan dan menggunakan barang dan/atau jasa, untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya pribadi, keluarga atau rumah tangganya dan tidak untuk diperdagangkan kembali (non-komersial).

Bagi konsumen antara, barang atau jasa itu adalah barang atau jasa kapital, berupa bahan baku, bahan penolong atau komponen dari produk lain yang akan diproduksinya. Konsumen antara ini mendapatkan barang atau jasa itu di pasar industri atau pasar produsen. Melihat pada sifat penggunaan barang dan/atau jasa tersebut, konsumen antara ini sesungguhnya adalah pengusaha, baik pengusaha perorangan maupun pengusaha yang berbentuk badan hukum atau tidak, baik pengusaha swasta maupun pengusaha publik (perusahaan milik negara), dan dapat terdiri dari penyedia dana (investor), pembuat produk akhir yang digunakan oleh konsumen akhir atau produsen, atau penyedia atau penjual produk akhir seperti *supplier*, *distributor*, atau pedagang. Sedangkan konsumen akhir, barang atau jasa itu adalah barang atau jasa konsumen, yaitu barang atau jasa yang biasanya digunakan untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, atau rumah tangganya (produk konsumen). Barang atau jasa konsumen ini umumnya diperoleh di pasar-pasar konsumen.<sup>9</sup> Nilai barang atau jasa yang digunakan konsumen dalam kebutuhan hidup mereka tidak diukur atas dasar untung rugi secara ekonomis

---

<sup>9</sup> Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), h. 25.

belaka, tetapi semata-mata untuk memenuhi kebutuhan hidup raga dan jiwa konsumen.<sup>10</sup>

Mengenali perilaku konsumen tidaklah mudah, kadang mereka menyatakan terus terang kebutuhan dan keinginannya, namun sering pada mereka bertindak sebaliknya. Mungkin mereka tidak memahami motivasi mereka secara mendalam sehingga mereka sering pula bereaksi untuk mengubah pikiran mereka pada menit-menit terakhir sebelum akhirnya melakukan keputusan pembelian. Untuk itu para pemasar perlu mempelajari keinginan, persepsi, preferensi, dan perilakunya dalam berbelanja. Studi seperti ini diperlukan bagi para pemasar untuk mempersiapkan seperangkat kebijakan pemasarannya seperti pengembangan produk beserta ciri-cirinya, harga, saluran distribusi, penyampaian pesan periklanannya dan unsur-unsur detail dari bauran pemasaran.

Pada masa-masa awal, para pemasar berusaha memahami konsumen melalui pengalaman sehari-hari atas penjualan yang dilakukan terhadap konsumennya. Tetapi adanya perkembangan dalam ukuran perusahaan dan pasar, telah menghentikan banyak hubungan langsung antar pembuat keputusan pemasaran dari pelanggarnya.

Untuk memahami konsumen dan mengembangkan strategi pemasaran yang cepat kita harus memahami apa yang mereka pikirkan (kognisi) dan mereka rasakan (pengaruh), apa yang mereka lakukan (perilaku), dan apa serta dimana (kejadian disekitar) yang mempengaruhi serta dipengaruhi oleh apa yang dipikirkan, dirasa, dan dilakukan konsumen.

---

<sup>10</sup>*Ibid*, h. 5.

Perilaku konsumen adalah dinamis, itu berarti bahwa perilaku seseorang konsumen, grup konsumen, ataupun masyarakat luas selalu berubah dan bergerak sepanjang waktu. Hal ini memiliki implikasi terhadap studi perilaku konsumen, demikian pula pada pengembangan strategi pemasaran. Dalam hal studi perilaku konsumen, salah satu implikasinya adalah bahwa generalisasi perilaku konsumen biasanya terbatas untuk jangka waktu tertentu, produk dan individu atau grup tertentu.

Dalam hal ini pengembangan strategi pemasaran, sifat dinamis perilaku konsumen menyiratkan bahwa seseorang tidak boleh berharap bahwa suatu strategi pemasaran yang sama dapat memberikan hasil yang sama disepanjang waktu, pasar, dan industri.<sup>11</sup>

Diantara komponen (unsur) dalam proses jual beli antara lain harus ada konsumen (pembeli). Faktor manusia (penjual dan pembeli) sangat menentukan sekali etis tidaknya sebuah transaksi dalam proses jual beli, terutama dari penjual sebagai pihak penentu. Banyak perusahaan mencoba untuk mengerti perilaku konsumen, agar mereka dapat memberikan konsumen kepuasan yang besar, Swastha mengemukakan bahwa perilaku konsumen adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan tersebut.<sup>12</sup>

Dari pengertian perilaku konsumen diatas ada dua elemen penting yaitu, elemen proses pengembalian keputusan dan elemen kegiatan secara fisik. Kedua

---

<sup>11</sup> Nughoho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen (Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran)*, (Jakarta: Kencana, 2003), h. 4.

<sup>12</sup> Basa Swastha, *Manajemn Penjualan*, (Yogyakarta: BPFE, 2008), h. 9.

elemen tersebut melibatkan kedua individu dalam menilai, mendapatkan, menggunakan, barang dan jasa. Konsumen membeli barang dan jasa adalah untuk mendapatkan manfaat dari barang dan jasa tersebut. Jadi perilaku konsumen tidak hanya mempelajari apa yang dibeli atau dikonsumsi saja, tetapi juga dimana, bagaimana kebiasaan dan dalam kondisi semacam apa produk dan jasa yang dibeli.

Sedangkan perilaku konsumen menurut Kotler dan Keller adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, dan menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.<sup>13</sup>

Dari beberapa pengertian perilaku konsumen di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah suatu kegiatan individu secara langsung dalam proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan untuk mendapatkan dan menggunakan barang dan jasa.

Pengetahuan menggambarkan perubahan tingkah laku individual yang muncul dari pengalaman. Keyakinan adalah pemikiran deskriptif yang dimiliki seseorang mengenai sesuatu. Sedangkan sikap adalah evaluasi, perasaan, dan kecenderungan dari seseorang terhadap suatu objek atau ide yang relative konsisten.<sup>14</sup>

Sedangkan menurut James bahwa terdapat tiga faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu:

1. Pengaruh lingkungan, terdiri dari budaya, kelas sosial, keluarga dan situasi. Sebagian dasar utama perilaku konsumen adalah memahami

---

<sup>13</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jilid II, (Jakarta: Erlangga, 2009), h. 166.

<sup>14</sup> *Ibid.*

pengaruh lingkungan yang membentuk atau menghambat perilaku konsumen adalah memahami pengaruh lingkungan yang membentuk atau menghambat individu dalam lingkungan yang kompleks, dimana perilaku keputusan mereka dipengaruhi oleh keempat faktor tersebut diatas.<sup>15</sup>

2. Perbedaan dan pengaruh individu, terdiri dari motivasi dan keterlibatan, pengetahuan, sikap, kepribadian, gaya hidup, dan demografi. Perbedaan individu merupakan faktor internal (interpersonal) yang menggerakkan serta mempengaruhi perilaku. Kelima faktor tersebut akan memperluas pengaruh perilaku konsumen dalam proses kebutuhannya.<sup>16</sup>

3. Proses psikologis, terdiri dari pengolahan informasi, pembelajaran, perubahan sikap dan perilaku. Ketiga faktor tersebut menambah minat utama dari penelitian konsumen ssebagai faktor yang turut mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian.<sup>17</sup>

a. Pengertian harga dan pengaruh harga terhadap referensi konsumen

Pengertian harga menurut para ahli,<sup>18</sup> menurut Dalond dan Simon, menemukan bahwa harga merupakan sejumlah uang atau jasa atau barang yang ditukar pembeli untuk beraneka produk atau jasa yang disediakan penjual.

---

<sup>15</sup> Mutmainnah Nur Arief, *Faktor-faktor Ynga Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk Sophie Martin*, (Skripsi Makasar: Universitas Hasanuddin, 2011), h. 15.

<sup>16</sup> *Ibid.*

<sup>17</sup> *Ibid.*

<sup>18</sup> Ngadiman, *Marketing*, Jilid II, (Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional, 2008), h. 269.

Sedangkan menurut Monre (1990) menyatakan bahwa harga merupakan pengorbanan ekonomis yang dilakukan pelanggan untuk memperoleh produk dan jasa.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa harga adalah sejumlah uang yang ditentukan perusahaan berdasarkan kalkulasi biaya yang dikeluarkan seperti biaya produksi atau biaya mendapatkan produksi atau biaya mendapatkan produk, biaya marketing, biaya operasional, keuntungan yang diinginkan perusahaan dan sesuatu yang lain yang diadakan perusahaan untuk memuaskan keinginan konsumen.

Suatu informasi yang diperoleh konsumen mempengaruhi terjadinya suatu transaksi karena konsumen mempunyai informasi atau referensi untuk membandingkan harga produk yang satu dengan produk yang lain. Harga referensi riset memperlihatkan bahwa meskipun konsumen mungkin mempunyai pengetahuan yang cukup banyak tentang kisaran harga yang terlibat, ternyata hanya sedikit konsumen yang dapat mengingat harga spesifik produk secara akurat.<sup>19</sup>

Konsumen dalam usaha memutuskan pengambilan keputusan pembelian suatu produk dipengaruhi dan dikenal dengan istilah peranan *price awareness* dan *price consciousness*, adapun yang dimaksud dengan *price awareness* adalah kemampuan individu atau konsumen yang mengingat harga baik harga produk itu sendiri maupun harga produk kompetitor untuk dijadikan referensi. Sedangkan pengertian dari *price consciousness*, adalah konsumen yang cenderung untuk

---

<sup>19</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jilid II, (Jakarta: Erlangga, 2009), h. 5.

membeli pada harga yang relatif lebih murah. Umumnya pelanggan tersebut tidak memperhatikan kelebihan-kelebihan dari produk, tetapi hanya mencari harga yang mempunyai perbedaan yang tinggi.<sup>20</sup>

b. Proses keputusan pembelian dalam kajian syariah

Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh ciri-ciri kepribadiannya termasuk: usia, pekerjaan, keadaan ekonomi. Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam proses apapun Allah SWT melarang umatnya dalam kerugian, seperti halnya dalam aktivitas pembelian. Manusia harus dapat membedakan antar kebutuhan dan keinginan, antara yang baik dan yang buruk.

Sedangkan menurut pandangan Islam mengenai keputusan berdasarkan firman Allah SWT dalam surat al-Maidah ayat 100 yaitu:

قُلْ لَا يَسْتَوِي الْحَنِيثُ وَالطَّيِّبُ وَلَوْ أَعْجَبَكَ كَثْرَةُ الْحَنِيثِ فَاتَّقُوا اللَّهَ يَأْتِ الْإِلَهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠٠﴾

Artinya: *Katakanlah: "tidak sama yang buruk dengan yang baik, meskipun banyaknya yang buruk itu menarik hatimu, Maka bertakwalah kepada Allah Hai orang-orang berakal, agar kamu mendapat keberuntungan."*  
(Q.S. al-Maidah:100)<sup>21</sup>

Menurut Kotler ada beberapa tahap dalam mengambil suatu keputusan untuk melakukan :<sup>22</sup>

<sup>20</sup> *Ibid*, h. 271.

<sup>21</sup> *Ibid*.

<sup>22</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran...*, h. 184.

1. Pengenalan masalah

Pengenalan masalah merupakan faktor terpenting dalam melakukan proses pembelian, dimana pembeli akan mengenali suatu masalah atau kebutuhan. Pembeli akan menyadari adanya perbedaan antara keadaan yang sesungguhnya dan keadaan yang diinginkan

2. Pencarian informasi

Seorang selalu mempunyai minat atau dorongan untuk mencari informasi. Apabila dorongan tersebut kuat dan objek yang dapat memuaskan kebutuhan itu tersedia maka konsumen akan tersedia untuk membelinya. Tetapi jika dorongan tersebut tidak kuat maka konsumen tentu akan mencari informasi yang didasari kebutuhannya.

3. Evaluasi Alternatif

Konsumen akan mempunyai pilihan yang tepat dan membuat pilihan alternatif secara teliti terhadap produk yang akan dibelinya. Tetapi jika dorongan tersebut tidak kuat maka konsumen tentu akan mencari informasi lebih lanjut yang mendasari kebutuhannya.

4. Keputusan membeli

Setelah konsumen mempunyai evaluasi alternatif maka konsumen membuat keputusan untuk membeli, yaitu keputusan tentang merek, keputusan membeli dari siapa, keputusan tentang jumlah produk yang akan dibeli, keputusan tentang waktu membeli, keputusan dalam cara pembayaran.

c. Minat membeli konsumen

Minat pembeli merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Menurut Kinnear dan Taylor (dalam Wardani), minat membeli, adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan benar-benar dilaksanakan.<sup>23</sup> Minat membeli dapat didefinisikan sebagai kemungkinan bila pembeli bermaksud untuk membeli produk.

Pada kebanyakan orang, perilaku pembelian konsumen seringkali diawali dan dipengaruhi oleh banyaknya rangsangan dari luar dirinya, baik berupa rangsangan pemasaran maupun rangsangan dari lingkungannya. Rangsangan tersebut kemudian diproses dalam diri sesuai dengan karakteristik pribadinya, sebelum akhirnya diambil keputusan pembelian. Karakteristik pribadi konsumen yang digunakan untuk memproses rangsangan tersebut sangat kompleks, dan salah satunya adalah motivasi konsumen untuk membeli. Menurut Kotler (Dalam Dwiyantri), minat konsumen adalah seberapa besar kemungkinan konsumen membeli suatu merek atau seberapa besar kemungkinan konsumen untuk berpindah dari satu merek ke merek lainnya.<sup>24</sup>

Menurut Schiffman dan Kanuk (dalam Albari) mengemukakan bahwa motivasi sebagai kekuatan dorongan dari dalam diri individu yang memaksa mereka untuk melakukan tindakan. Jika seseorang mempunyai motivasi yang tinggi terhadap objek tertentu, maka dia akan terdorong untuk berperilaku menguasai produk tersebut. Sebaliknya jika motivasinya rendah, maka dia akan mencoba untuk

---

<sup>23</sup> Hafizha Pramuda Wardani, *Analisis Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen*, (Skripsi Semarang: Universitas Diponegoro, 2010), h. 339.

<sup>24</sup> Esthi Dwiyantri, *Minat Beli Konsumen Terhadap Layanan Internet Banking*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2010), h. 21.

menghindari objek yang bersangkutan. Implikasinya dalam pemasaran adalah untuk.

## **2. Dasar Hukum Konsumen**

Sesungguhnya belum didapati sebuah negara Muslim yang menerapkan ekonomi Islam sepenuhnya berdasarkan ajaran Al-Qur'an al-Hadits, para sahabat, dan ijtihad ulama, tetapi dalam kehidupan sehari-hari kita dapat merasakan perbedaan perilaku konsumsi antara masyarakat yang memegang teguh keimanan dan ketakwaan dengan yang tidak, yang dapat kita rasakan ketika seorang konsumen Muslim yang beriman dan bertakwa mendapatkan penghasilan rutinnya, baik mingguan, bulanan, atau tahunan, dia tidak berpikir pendapatan yang diraihinya itu dihabiskan semuanya untuk dirinya sendiri. Namun, yang menakjubkan karena keimanan dan ketakwaannya itu, dalam kondisinya sebagai makhluk yang hanya sepintas didunia yang fana ini, dan atas kesadarannya bahwa dia hidup semata untuk mencari ridha Allah SWT, dia berpikir sinergis. Harta yang dihasilkannya setiap bulan itu sebagian dimanfaatkan untuk kebutuhan individual di jalan Allah SWT atau kita sebut saja penyaluran sosial.

Dia merasa bahwa penggunaan pendapatannya memiliki dua sisi. Sisi yang pertama adalah untuk dirinya. Kemudian sisi yang kedua untuk orang lain, tepatnya saudara-saudara seimannya yang miskin. Bila hanya satu sisi saja, misalnya sisi yang pertama hanya dipenuhi, dia merasa jalannya tidak seimbang. Dia akan terkesan kikir, tamak, dan buta lingkungan. Begitu pula hanya sisi kedua saja yang dia penuhi, dia lebih cepat katakan pemerhati sosial tetapi sebenarnya

tidak sosial terhadap dirinya sendiri. Dia tidak mau orang lain susah, tetapi dia lupa bahwa dirinya sendiri dibikin susah.

Sesungguhnya Islam dalam ajarannya dibidang konsumsi tidak mempersulit jalan hidup seorang konsumen. Jika seseorang mendapatkan penghasilan dan setelah dihitung secara cermat hanya cukup untuk memenuhi kebutuhan pribadi dan keluarga saja, tak ada keharusan baginya untuk mengeluarkan konsumsi sosial. Orang ini termasuk dalam kategori kelas pendapatan rendah yang pas-pasan. Akan tetapi bagi yang berpendapatannya lebih banyak dari itu, dan rupanya melebihi dari kebutuhan pokoknya, maka tak ada alasan baginya untuk tidak mengeluarkan konsumsi sosialnya.

Dalam Islam, perilaku seorang konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT. Inilah yang tidak kita dapati dalam ilmu perilaku konsumen konvensional. Setiap pergerakan dirinya, yang berbentuk belanja sehari-hari, tidak lain adalah manifestasi zikir dirinya atas nama Allah SWT. Dengan demikian, dia lebih memilih jalan yang dibatasi Allah SWT dengan tidak memilih barang haram, tidak kikir, dan tidak tamak supaya hidupnya selamat baik didunia maupun diakhirat.

Penghasilan atau pendapatan yang diraih dengan cara halal akan digunakan untuk menutupi kebutuhan harian seorang konsumen Muslim. Pada sisi pemenuhan kebutuhan individual dan keluarga, secara langsung menguntungkan pasar mulai dari produsen hingga pedagang dengan memperjualbelikan komoditi barang dan jasa. Setiap uang yang dibelanjakan konsumen menjadi *revenue* bagi pengusaha sebagai bentuk transaksi pertukaran antara barang-barang yang dibeli

dan pengusaha mendapat keuntungan dari barang yang dijualnya. Konsumen memerlukan barang untuk melangsungkan hidupnya, karena itu dia butuh produsen dan pedagang. Sedangkan pengusaha (produsen dan pengecer) butuh konsumen agar dia dapat melanjutkan produksi sekaligus pula menghidupkan diri dan keluarga dari keuntungan barang yang dijualnya. Dalam satu segi konsumen bisa berperan sebagai produsen dan produsen bisa berperan sebagai konsumen.

Kemudian yang kita dapati pada kajian perilaku konsumsi dalam perspektif ilmu ekonomi konvensional adalah kehadiran saluran penyeimbang dari saluran kebutuhan individual yang disebut dengan saluran konsumsi sosial. Saluran ini hanya ada dalam ekonomi Islam. Al-qur'an berulang kali mengajarkan umat Islam agar menyalurkan sebagian hartanya dalam bentuk zakat, sedekah, infaq, tidak lain dari muatan ajaran tersebut bahwa pada sesungguhnya Islam merupakan mata rantai yang kokoh bagi umat Islam yang lainnya. Mereka diibaratkan satu organ tubuh. Bila ada yang sakit, organ tubuh lainnya akan merasa sakit pula. Demikian pula jika kita kiaskan dengan penderitaan seorang Muslim karena kemiskinann dan kefakiran, sudah seharusnya umat Islam yang lain, terutama yang mampu, dan rupanya jumlah mereka tidak sedikit, merasakan pula apa yang diderita saudaranya tersebut.

Kelak saluran kubutuhan sosial dimanfaatkan fakir dan miskin dalam bentuk pendayagunaan konsumsif dan produktif. Pada pendayagunaan konsumtif, uang atau harta yang disalurkan dimanfaatkan langsung untuk menutupi kebutuhan pokok. Dia tentu akan cepat habis karena dikonsumsi pada ruang dan waktu tertentu. Sedang pada pendayagunaan produktif, uang atau harta yang

disalurkan dimanfaatkan untuk menciptakan lapangan usaha agar si fakir dan si miskin memiliki ladang penghasilan. Dia diharapkan dapat bertahan hidup dari uang yang dihibahkan atau dikreditkan tersebut.

### 1. Batasan Konsumsi Dalam Syariah

Dalam Islam, konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peran keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung memengaruhi kepribadian manusia, yaitu dalam bentuk perilaku, gaya hidup, selera, sikap-sikap terhadap sesama manusia, sumber daya, dan ekeologi. Keimanan sangat memengaruhi sifat, kuantitas, dan kualitas konsumsi baik dalam bentuk kepuasan material maupun spiritual. Inilah yang disebut sebagai bentuk upaya meningkatkan keseimbangan antara orientasi duniawi dan ukhrawi. Keimanan memberikan saringan moral dalam membelanjakan harta dan sekaligus juga memotivasi pemanfaatan sumber daya (pendapatan) untuk hal-hal yang efektif. Saringan moral bertujuan menjaga kepentingan diri tetap berada di dalam batas-batas kepentingan sosial dengan mengubah preferensi individual dan sosial, serta termasuk pula saringan dalam rangka mewujudkan kebaikan dan kemanfaatan. Dalam konteks inilah kita dapat berbicara tentang bentuk-bentuk konsumsi halal dan haram, pelarangan terhadap bermewah-mewahan dan bermegah-megahan, konsumsi sosial, dan aspek-aspek normatif lainnya. Kita melihat batasan konsumsi dalam Islam sebagaimana diurai dalam al-Qur'an yaitu:

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٧١﴾ إِنَّمَا يَأْمُرُكُمْ بِالسُّوْءِ وَالْفَحْشَاءِ وَأَنْ تَقُولُوا عَلَى اللَّهِ مَا لَا تَعْلَمُونَ ﴿١٧٢﴾

Artinya: “*Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.*” (Q.S.al-Baqarah: 168-169)<sup>25</sup>

Dan firman Allah SWT yaitu:

يَسْأَلُونَكَ مَاذَا أُحِلَّ لَهُمْ قُلْ أُحِلَّ لَكُمْ الطَّيِّبَاتُ

Artinya: “*Mereka menanyakan kepadamu: "Apakah yang Dihalalkan bagi mereka?". Katakanlah: "Dihalalkan bagimu yang baik-baik ."* (Q.S. al-Maidah:4)<sup>26</sup>

Sedangkan untuk batasan terhadap minuman merujuk pada firman Allah dalam al-Qur’an yaitu:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّمَا الْحَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ  
فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿٩٠﴾

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, Sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah Termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan.*” (Q.S. al-Maidah: 90)<sup>27</sup>

Batasan dalam syariah tidak hanya berlaku pada makanan dan minuman saja, tetapi juga mencakup jenis-jenis komoditi lainnya. Dalam hal ini Quraish Shihab menjelaskan bahwa komoditi yang haram itu ada dua macam, yaitu yang haram karena zatnya, seperti babi, bangkai, dan darah, dan yang haram karena

<sup>25</sup> Departemen Agama, *Al-Qur’an dan Terjemahannya...*, h. 32.

<sup>26</sup> Departemen Agama, *Al-Qur’an dan Terjemahannya...*, h. 143.

<sup>27</sup> Departemen Agama, *Al-Qur’an dan Terjemahannya...*, h. 163.

sesuatu yang bukan zatnya, seperti makanan yang tidak diizinkan oleh pemiliknya untuk dimakan atau digunakan, merugikan diri sendiri dan orang lain, dan dampak negatif lainnya. Komoditi yang halal adalah yang bukan termasuk dalam dua macam ini. Pelarangan atau pengharaman konsumsi untuk suatu komoditi bukan tanpa sebab. Pengharaman untuk komoditi karena zatnya, karena antara lain berbahaya bagi tubuh, dan tentu berbahaya pula bagi jiwa. Sedangkan pengharaman tentu berbahaya pula bagi jiwa. Sedangkan pengharaman yang bukan karena zatnya, karena antara lain berbahaya bagi tubuh, dan tentu berbahaya pula bagi jiwa. Sedangkan pengharaman yang bukan karena zatnya, karena antara lain memiliki kaitan langsung dalam membahayakan moral dan spiritual. Dalam syariah, terdapat pengecualian atau kelonggaran bagi orang-orang yang terpaksa untuk memakan makanan yang dikategorikan haram tadi. Namun, hal ini hanya berlaku untuk sementara saja, sekedar hal yang dianggap perlu untuk kebutuhannya ketika itu saja.

Bukan hanya aspek halal haram saja yang menjadi batasan konsumsi dalam syariah Islam. Termasuk pula aspek yang mesti diperhatikan adalah yang baik, yang cocok, yang bersih, dan yang tidak menjijikkan. Karena itu, tidak semua yang diperkenankan boleh dikonsumsi untuk semua keadaan. Syariah sendiri menganjurkan untuk memilih komoditi yang diperbolehkan.

Kemudian yang termasuk batasan konsumsi dalam syariah adalah pelarangan yang berlebih-lebihan. Perilaku berlebih-lebihan diharamkan sekalipun komoditi yang dibelanjakan adalah halal. Namun demikian, Islam tetap

membolehkan seorang muslim untuk menikmati karunia kehidupan, selama itu masih dalam batas kewajaran. Dalam al-Quran Allah SWT berfirman:

يٰٓاٰدَمُ خُذْ زِينَتَكَ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلْ وَاشْرَبْ وَلَا تُسْرِفْ ۗ اِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ



Artinya: “*Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di Setiap (memasuki) mesjid, Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.*”(Q.S. al-A’raf: 31)<sup>28</sup>

Selanjutnya Allah SWT berfirman:

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تُحْرِمُوْا طَيِّبٰتِ مَآ اَحَلَّ اللّٰهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوْا ۗ اِنَّ اللّٰهَ لَا يُحِبُّ

الْمُعْتَدِيْنَ

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.*”(Q.S.al-Maidah: 87)<sup>29</sup>

Arti penting yang dapat dipelajari dari ayat-ayat di atas adalah kenyataan bahwa kebutuhan hidup itu harus terpenuhi secara wajar agar kelangsungan hidup berjalan dengan baik. Namun, bila kebutuhan hidup itu dipenuhi dengan cara yang berlebih-lebihan, tentu akan menimbulkan efek buruk pada diri manusia tersebut. Banyak sekali efek buruk yang ditimbulkan karena berlebih-lebihan, di antaranya adalah inefisiensi pemanfaatan sumber daya, egoisme, dan tunduknya diri terhadap hawa nafsu sehingga uang yang dibelanjakan hanya habis untuk hal-hal

<sup>28</sup> Departemen Agama, *Al-Qur’an dan Terjemahannya...*, h. 207.

<sup>29</sup> Departemen Agama, *Al-Qur’an dan Terjemahannya...*, h. 162.

yang tidak perlu dan merugikan diri. Oleh sebab itu, dalam menghapus perilaku berlebih-lebihan Islam memerintahkan:

- a. Memprioritaskan konsumsi yang lebih diperlukan dan lebih bermanfaat;
- b. Menjauhkan konsumsi yang berlebih-lebihan untuk semua jenis komoditi.

Dari sinilah kesejahteraan yang Islami itu dibangun. Kesejahteraan itu tidak tepat apabila diukur dengan ukuran kemewahan seseorang.

## 2. Konsumsi sosial

Dalam Islam, konsumsi atau pembelanjaan uang tidak hanya untuk materi saja, tetapi juga termasuk jenis konsumsi sosial yang terbentuk dalam zakat dan sedekah. Konsumsisi sosial ternyata mendapat sorotan penting dalam al-Qur'an dan al-Hadits. Pengeluaran untuk sedekah misalnya, disebutkan sebanyak 62 kali dan tersebar dalam 36 surat dalam al-Qur'an. Ini pertanda bahwa pengeluaran zakat dan sedekah mendapat kedudukan amat penting dalam Islam, sebab pengeluaran konsumsi tersebut akan memperkuat sendi-sendi sosial masyarakat. Ini adalah bentuk pengajaran yang luhur agar umat Islam memiliki kepedulian sosial yang tinggi terhadap nasib saudara-saudaranya yang miskin. Selain itu pula, konsumsi ini berkontribusi zakat dan sedekah dapat membantu secara langsung dalam memenuhi kebutuhan sarana dan prasarana fisik, seperti bangunan rumah sakit, sekolah, tempat-tempat pengungsian, masjid, buku-buku, dan lain sebagainya. Ini dilakukan semata-mata berjuang di jalan Allah SWT. Sebenarnya zakat dan sedekah merupakan bentuk derma orang Islam. Namun keduanya memiliki pengertian yang berbeda.

## **B. Hukum Perlindungan Konsumen Menurut Empat Mazhab**

Konsumen dalam hukum ekonomi Islam tidak terbatas pada orang perorangan saja, tetapi juga mencakup suatu badan hukum seperti yayasan, perusahaan dan lembaga tertentu. Kata “pemakai” dalam UUPK 1999 sudah sesuai dengan substansi konsumen yang ada dalam Islam karena pemakai tidak hanya berasal dari sebuah transaksi tukar menukar, namun banyak mencakup aspek lain konsumsi terhadap barang-barang konsumsi yang manusia berserikat kepadanya. Kata-kata “baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk lain” menunjukkan objek dari suatu pemakaian. Sedangkan kalimat terakhir, “dan tidak untuk diperdagangkan” tidak sesuai dengan definisi yang terdapat dalam Islam karena hubungan hukum dan tanggung jawab antara pemakai dan pihak penyedia tidak akan membatasi apakah pemakaian itu untuk tujuan pemakaian akhir saja ataukah untuk produksi selanjutnya.<sup>30</sup> Hubungan Produsen dan Konsumen Secara formal hubungan antara produsen dan konsumen bukanlah termasuk hubungan konteraktual, yaitu hak hak yang ditimbulkan dan dimiliki oleh seseorang ketika memasuki sebuah perjanjian dengan pihak lain. Hubungan ini berbeda dengan hubungan kerja sama suatu bisnis. Pada umumnya hubungan produsen dan konsumen adalah merupakan hubungan interaksi secara anonim, dimana masing-masing pihak tidak mengetahui secara pasti mengenai pribadi-pribadi tertentu kecuali hanya berdasarkan dugaan kuat. Hal ini bukan berarti bahwa diantara keduanya tidak punya hak dan kewajiban, karena dalam kenyataannya hubungan

---

<sup>30</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Prespektif Islam*, (Malang: UIN Malang Press, 2007), h. 112.

mereka merupakan interaksi sosial yang menuntut adanya hak dan kewajiban masing-masing pihak yang berfungsi sebagai pengendali. Penegendali ini meliputi aturan moralitas yang tertanam dalam hati sanubari masing-masing dan aturan hukum serta sanksi-sanksinya. Kedua perangkat pengendali ini lebih ditekankan pada produsen. Hal ini disebabkan karena konsumen dalam hubungannya dengan produsen seringkali berada dalam posisi yang lemah dan rentan untuk dirugikan.<sup>31</sup>

Hukum Islam merupakan aturan-aturan yang ditetapkan oleh Allah SWT, dan dengan aturan hukum ini menimbulkan sanksi atau hukuman apabila dilanggar. Aturan ini mengandung substansi berupa sejumlah larangan terhadap perbuatan-perbuatan tertentu. Sanksi menurut Abdul Kadir Audah dalam bukunya *at-Tasyri' al-Jana'i al-Islami* adalah balasan yang ditetapkan untuk kemaslahatan umat terhadap pelanggaran atas perintah Allah/agama.<sup>32</sup>

Adapun mengenai ketentuan sanksi tentang penipuan/tindakan yang menimbulkan kerugian terhadap konsumen yang dilakukan oleh pelaku usaha memang tidak dikenal, tetapi perbuatan tersebut dikategorikan sebagai pelanggaran harta. Dengan demikian, kerugian, bahaya materil atau jiwa yang menimpa konsumen sebagai akibat buruk dari produk pelaku usaha. Kerugian yang di derita konsumen akibat barang cacat dan berbahaya, produk yang cacat dikarenakan oleh tidak sempurnanya produk. Ini berarti mengurangi nilai atau manfaat dari produk itu sendiri yang berakibat pada terganggunya kualitas keamanan dan keselamatan bagi konsumen. Bukan tidak mungkin bahaya-bahaya dapat mengancam konsumen sewaktu-waktu. Dalam

---

<sup>31</sup> *Ibid.*

<sup>32</sup> Abdul Kadir Audah, *At-Tasyri' al-Jana'i al-Islami*, (Beirut: Muasasah Arrisalah, 1987), h. 609.

hukum Islam, tidak dijelaskan secara rinci mengenai kerugian itu sendiri, namun hal ini tersirat dalam surah an-Nisaa yaitu:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾ وَمَنْ يَفْعَلْ ذَلِكَ عُدْوَانًا وَظُلْمًا فَسَوْفَ نُصَلِّيهِ نَارًا وَكَانَ ذَلِكَ عَلَى اللَّهِ يَسِيرًا ﴿٣٠﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. Dan Barangsiapa berbuat demikian dengan melanggar hak dan aniaya, Maka Kami kelak akan memasukkannya ke dalam neraka. yang demikian itu adalah mudah bagi Allah.” (QS. An-Nisa: 29-30)<sup>33</sup>

Dari ayat diatas penting dari kandungan ayat ini, pertama, perdagangan ini harus dilandasi dasar suka sama suka di antara kedua belah pihak (penjual dan pembeli). Kedua, keuntungan yang di dapat oleh satu pihak, tidak didapat dari kerugian pihak lain. Hal ini membuktikan penekanan bahwa dalam hukum Islam memegang prinsip antisipasi terhadap tindakan pengrugian ini, kerugian di artikan pula sebagai tindakan penipuan. Dalam konteks ini, penjualan barang cacat dan berbahaya mengarah pada tindakan pengrugian, hukum penjualan barang cacat dan berbahaya yang tidak di beritahukan tentang sifatnya ini dinyatakan dengan tegas bahwa hal semacam ini merupakan tindakan penipuan.

Mengenai sanksi terhadap tindakan kerugian/penipuan ini, tidak di jelaskan secara rinci dalam nash Al-Qur’an maupun Hadits, bukan berarti bahwa tindakan ini tidak di berikan sanksi. Melainkan sanksi ta’zir. Sanksi ta’zir diberikan secara rinci mengenai kadar hukumnya. Sanksi tindak

<sup>33</sup> Departemen Agama, AL-Qur’an dan Terjemahannya..., h. 274.

pidana pengurangan dalam hukum Islam adalah jarimah ta'zir, karena hukumannya tidak diatur langsung dalam Al-Qur'an dan hadits. Kata ta'zir berasal dari kata 'azar yang artinya memberikan sanksi. Adapun menurut terminologi ta'zir diartikan sebagai tindakan edukatif terhadap pelaku perbuatan dosa yang tidak ada sanksi had dan kafaratnya.<sup>34</sup> Tindak pidana ta'zir tidak ditentukan had dan kafaratnya oleh Al-Qur'an dan Hadits, sehingga bentuk dan kadar hukumnya diserahkan kepada penguasa/hakim. Kewenangan kepada hakim dalam menjatuhkan berat ringannya hukuman, sudah barang tentu juga harus dipertimbangkan daya preventif dan refresif dari hukuman tersebut serta dipertimbangkan pula daya edukatif dan rehabilitatif bagi yang bersangkutan.<sup>35</sup>

Para fuqaha berbeda pendapat tentang hukuman jilid untuk ta'zir ini tidak boleh melebihi hukuman jilid dalam hudud/had. Hanya saja mengenai batas maksimalnya tidak ada kesepakatan di kalangan fuqaha. Hal ini oleh karena hukuman had dalam jarimah hudud itu berbeda-beda antara satu jarimah dengan jarimah yang lainnya. Zina hukuman jilidnya seratus kali, qadza delapan puluh kali, sedangkan syurbul khamarada yang mengatakan empat puluh kali dan ada yang delapan puluh kali.<sup>36</sup>

Menurut Imam Abu Hanifah dan Imam Muhammad, batas tertinggi hukuman jilid dalam ta'zir adalah tiga puluh sembilan kali, sedangkan menurut Imam Abu Yusuf adalah tujuh puluh lima kali. Pendapat-pendapat

---

<sup>34</sup> Mohammad Iqbal Siddiqi, *The Penal Law of Islam*, (New Delhi: Gali Khatyan, 1994), h. 158.

<sup>35</sup> A. Djazuli, *Kaidah-kaidah Fiqh*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), h. 142.

<sup>36</sup> Ahmad Wardi muslich, *Pengantar dan Asas Hukum Pidana Islam Fiqh Jinayah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2006), h. 159.

tersebut diikuti juga oleh sebagian fuqaha Syafi'iyah dan Hanabilah. Di kalangan mazhab Syafi'i ada lagi pendapat yang mengatakan bahwa hukuman jilid dalam ta'zir boleh lebih dari tujuh puluh lima kali, tetapi tidak boleh lebih dari seratus kali. Di kalangan mazhab Hanbali ada lagi tambahan dua pendapat, disamping tiga pendapat tersebut. Pendapat yang pertama mengatakan bahwa hukuman jilid yang di ancamkan atas suatu perbuatan tidak boleh menyamai hukuman had yang dijatuhkan terhadap jarimah yang sejenis, tetapi boleh melebihi hukuman jarimah yang tidak sejenis. Pendapat yang kedua mengatakan bahwa hukuman jilid dalam ta'zir tidak boleh lebih dari sepuluh kali cambukkan, karena hadits ada yang menyatakan demikian.<sup>37</sup> Dari kalangan ulama mazhab yang empat, hanya ulama-ulama Malikiyah yang berbeda pendapatnya. Menurut mereka hukuman jilid dalam ta'zir sepenuhnya diserahkan kepada hakim, sehingga apabila hakim memandang perlu, hukuman jilid ini boleh lebih dari seratus kali. Dengan demikian Menurut Malikiyah, tidak ada batas tertentu untuk hukuman ta'zir yang berupa jilid dan penguasa (hakim) bisa menjatuhkan hukuman yang lebih banyak, apabila dipandang perlu demi keselamatan masyarakat. Ini yang sesuai dengan makna ta'zir itu sendiri yang berarti "pencegahan". Sanksi ta'zir ditetapkan sesuai dengan tingkat kejahatannya, kejahatan yang lebih besar mesti dikenai sanksi yang lebih berat, sehingga tercapai tujuan sanksi, yaitu pencegahan. Begitu pula dengan kejahatan yang kecil, akan dikenai sanksi yang dapat mencegah orang lain

---

<sup>37</sup> *Ibid*, h. 236-237.

untuk melakukan kejahatan serupa. Pelaku kejahatan kecil tidak boleh dikenai sanksi melampaui batas, agar tidak termasuk mendzalimi pelaku dosa tersebut.

Hukum Islam menganut asas keharusan adanya sikap hati-hati terhadap pelanggaran harta, jiwa dan kehormatan manusia. Dengan demikian, kerugian, bahaya materil atau jiwa yang menimpa konsumen sebagai akibat buruk produk pelaku usaha harus bertanggung jawab oleh pelaku usaha dengan prinsip ganti rugi yang terdapat dalam hukum Islam. Ini berarti, pelaku usaha tidak dapat begitu saja lepas dari sanksi atas kelalaian maupun ketidaksengajaannya. Dalam jarimah penipuan ini, pelaku usaha dibebankan prinsip ganti rugi terhadap kerugian yang di derita konsumen. Dalam Hukum Islam, baik Al-Qur'an dan Hadits unsur-unsur tindak pidana kerugian tidak dijelaskan secara rinci. Namun dari beberapa penafsiran ayat Alquran dan hadits dapat diambil bahwa unsur kerugian sama dengan unsur penipuan bahkan lebih dari sekedar penipuan. Seperti pada penipuan, unsur-unsur yang diterapkan adalah *wathi* haram dan sengaja atau itikad jahat. Seseorang yang dianggap memiliki itikad jahat apabila ia melakukan penipuan dan ia tahu bahwa penipuan itu haram. Sedangkan *wathi* haram adalah *wathi* pada kerugian. Adapun pengrugian adalah terjadinya keadaan rugi yang dialami konsumen oleh produsen/pelaku usaha. Yaitu, adanya kesengajaan dan atau itikad jahat untuk melakukan perbuatan kerugian/pengrugian (penipuan). Sedangkan yang dimaksudkan dengan *wathi* haram dalam kerugian/pengrugian adalah perbuatan *wathi* pada konsumen yang menyebabkan kerugiannya (konsumen). Penipu itu sendiri adalah suatu perilaku yang bersumber dari kemunafikan. Hal ini

merupakan suatu tindak pidana yang berkaitan dengan harta. Jika ditinjau dari tujuan hukum, yang antara lain seperti yang dikemukakan diatas, akibat penipuan pihak tertipu dirugikan. Perbedaan kesalahan bukan hanya pada pihak penipu, melainkan pihak pemilik harta juga bersalah, yaitu karena kebodohnya sehingga ia tertipu. Atas dasar itu sanksi yang dikenakan terhadap penipu lebih ringan dibandingkan dengan pidana pencurian. Namun, jika ditinjau dari sisi pelakunya, penipu lebih memiliki potensi psikis, yaitu kepandaian, baik dalam kata-kata, maupun dalam bidang administrasi. Dampak negatif yang ditimbulkan, yaitu kerugian dari pihak korban, besar kemungkinan berlipat ganda daripada kerugian yang ditimbulkan akibat pencurian.

Yusuf Al-Qaradhawi dalam bukunya halal dan haram dalam Islam, menjelaskan bahwa dalam jual-beli hendaklah seorang pedagang itu menjauhi penipuan, karena seorang penipu itu keluar dari umat Islam. Hindarilah berbuat curang dengan mengurangi timbangan, karena Allah berfirman:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ

Artinya: “Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang (*Al-Muthaffifin:1*)<sup>38</sup>

Islam mengharamkan penipuan dalam bentuk apapun dalam jual beli dan segala macam transaksi manusia. Seorang muslim dituntut berbuat jujur dalam segala urusan, dan nasehat itu jauh lebih berharga dari semua keuntungan harta dunia. Kaum muslimin terdahulu juga menjelaskan apa yang ada pada barang dagangan mereka. Kalau ada cacat diberitahukan,

---

<sup>38</sup> Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahan...*, h. 725.

bukan malah disembunyikan. Mereka jujur dan mereka memberi nasehat, bukan menipu. Dari penjelasan diatas dapat diambil penjelasan bahwa unsur-unsur pengrugian adalah:

1. Adanya unsur kesengajaan/ketidaksengajaan
2. Adanya niat (I'tikad) jahat
3. Wathi haram (bukan pada haknya)
4. Adanya unsur keuntungan pada salah satu pihak yang merugikan pihak lain
5. Yang bersumber dari dorongan naluri untuk memperoleh keuntungan yang banyak.

### **3. Jual Beli**

#### **1. Pegertian Jual Beli**

Perdagangan adalah jual beli dengan tujuan untuk mencari keuntungan (laba). Jual beli barang merupakan transaksi paling kuat dalam dunia perniagaan (bisnis) bahkan secara umum adalah bagian yang paling terpenting dalam aktivitas usaha. Kalau asal jual beli ada yang disyariatkan, sesungguhnya di antara bentuk jual beli ada juga yang di haramkan dan ada yang diperselisihkan hukumnya. Oleh sebab itu, menjadi suatu kewajiban bagi seorang usahawan muslim untuk mengenal hal-hal yang menentukan sahnya jual beli tersebut, dan mengenal mana yang halal dan mana yang haram dari kegiatan itu, sehingga ia betul-betul mengerti persoalan.

Jual beli atau perdagangan dalam istilah fiqh disebut *al-ba'i* yang menurut etimologi berarti menjual atau mengganti. Secara terminologi, terdapat beberapa

definisi jual beli yang dikemukakan para ulama fiqh, sekalipun substansi dan tujuan masing-masing definisi yang sama. Sayyid Sabiq mendefinisikannya dengan jual beli adalah pertukaran harta dengan harta atas dasar saling merelakan”, atau, “memindahkan milik dengan ganti yang dapat dibenarkan”.<sup>39</sup>

Dalam definisi diatas terdapat kata “harta”, “milik”, “dengan”, ganti”, dan “dapat dibenarkan” (*al-ma'dzun fih*). Yang dimaksud harta dalam definisi diatas yaitu segala yang dimiliki dan bermanfaat maka dikecualikan yang bukan milik dan tidak bermanfaat; yang dimaksud milik agar dibedakan dengan yang bukan milik; yang dimaksud dengan ganti agar dapat dibedakan dengan ganti agar dibedakan dengan yang bukan milik; yang dimaksud dengan ganti agar dapat dibedakan dengan hibah (pemberian); sedangkan yang dimaksud dapat dibenarkan (*al- ma'dzun fih*) agar dapat dibedakan dengan jual beli yang terlarang.

Definisi lain dikemukakan oleh ulama Hanafiyah yang dikutip oleh Wabah Az-Zuhaili,<sup>40</sup> jual beli adalah saling tukar menukar harta dalam bentuk pemindahan milik dan kepelikan.”

Dalam definisi ini ditekankan kata “milik kepemilikan”, karena ada juga tukar menukar harta yang sifatnya tidak harus dimiliki, seperti sewa-menyewa (*al-ijarah*).

Secara etimologis, jual beli berarti menukar harta dengan harta. Penukaran selain dengan falitas dan kenikmatan. Sengaja diberi pengecualian “falitas” dan “kenikmatan”, agar tidak termasuk didalamnya penyewaan dan pernikahan.

---

<sup>39</sup> Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah*, (Bandung: PT. Alma'arif, 1997), h. 94.

<sup>40</sup> Wabah Az-Zuhaili, *Fiqih Islam Wa Adillatuhu*, (Jakarta: Gema Insani, 2010), h.76.

Jual beli merupakan transaksi yang dilakukan oleh pihak penjual dan pembeli atas suatu barang atau jasa yang menjadi objek transaksi jual beli. Akad jual beli dapat diaplikasikan dalam persyaratan yang diberikan.<sup>41</sup>

## 2. Dasar Hukum Jual Beli

Firmah Allah dalam surat An-Nisa' yaitu:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S.An-Nisa’: 29)<sup>42</sup>

Dalam al-Qur’an Allah berfirman:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ...

Artinya: “Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba” (Q.S.Al-Baqarah: 275)<sup>43</sup>

Rasulullah SAW bersabda:

: :  
, , , ,  
( )

<sup>41</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2011), h. 135.

<sup>42</sup> Departemen Agama, *Al-Qur’an dan Terjemahannya*, (Surabaya: Karya Agung, 2006), h. 274.

<sup>43</sup> Departemen Agama, *Al-Qur’an dan Terjemahannya...*, h. 58.

Artinya: “*Dari Hakim bin Hizam, ia berkata: Rasulullah SAW bersabda, “Dua orang yang bertransaksi jual beli boleh memilih (meneruskan atau membatalkan) selama keduanya belum berpisah. Jika keduanya berlaku jujur dan transparan (jelas) niscaya jual beli keduanya akan diberkahi dan jika keduanya berdusta dan tertutup niscaya keberkahan jual beli keduanya akan hilang (HR. Ad- Darimi).*”<sup>44</sup>

### 3. Rukun dan Syarat Jual Beli

Menurut mayoritas ahli fiqh, rukun jual beli itu tiga; *Pertama*, dua orang yang melakukan transaksi yaitu penjual dan pembeli. *Kedua*, komoditas baik barang yang ingin dijual atau harga yang diminta dari pembeli. *Ketiga*, kalimat transaksi jual beli tersebut, dengan ijab dan qabul. Supaya jual beli itu sah, persyaratan yang terkait dengan penjual, pembeli, komoditas dan kalimat transaksi harus terealisasi dengan baik.

Untuk penjual dan pembeli, dipersyaratkan keduanya adalah orang yang layak untuk mengelola harta. Maka tidak sah penjualan, pembelian dan sejenisnya dari seorang anak kecil, orang gila, atau orang mabuk yang hilang kewarasannya. Mereka berdua juga berbeda dalam kondisi bebas, tidak terpaksa. Orang yang dipaksa, penjualan dan pembeliannya dianggap tidak sah.

Sementara untuk komoditas, disyaratkan haruslah yang suci, karena tidak sah menjual barang najis, mengingat sabda Rasulullah SAW yang artinya:

“Sesungguhnya Allah SWT, mengharamkan jual beli minuman keras, bangkai, dan babi.”

---

<sup>44</sup> Imam Ad-Darimi, *Sunan Ad-Darimi*, Jilid II, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2007), h. 569.

Alasan keharaman ketiga komoditas tersebut adalah najis, menurut mayoritas ahli fiqh. Komoditas tersebut juga barang yang bermanfaat. Maka tidak boleh menjual barang yang tidak bermanfaat.

Komoditas tersebut juga merupakan milik sah penjual, karena seorang manusia tidak sah menjual barang yang bukan miliknya atau barang yang diwakilkan kepadanya. Komoditas itu juga mampu untuk diserahkan. Tidak sah menjual barang yang tidak diketahui keadaannya, seperti menjual ikan di laut dan burung di angkasa. Komoditas itu juga harus dikenal dan jelas bagi kedua pihak yang melakukan transaksi, baik terkait dengan barangnya, ukuran dan sifatnya. Maka tidak sah menjual barang yang tidak diketahui. Misalkan saja penjual berkata kepada pembeli: “Aku menjual kepadamu barang yang ada di dalam gudang terkunci ini.” Dan sama sekali tidak mengerti barang tersebut.

Sementara untuk kalimat, maka kalimat yang mengindikasikan keridhaan antara penjual dan pembeli, mencakup dua aspek; pertama, ucapan penjual kepada pembeli:

“Aku jual barang ini seharga Rp. 100.000,- kepadamu.” Kemudian pembeli menjawab: “Aku terima.” Atau jual barang ini seharga Rp. 100.00,- kepadamu.” Kemudian pembeli menjawab: “Aku terima.” Atau penjual mengirim utusan sebagai wakilnya kepada pembeli, atau menulis sebuah surat untuk menyampaikan transaksi tersebut dan pembeli menerima apa yang dikatakan wakil atau apa yang tertulis di dalam surat. *Kedua*, penyerahan secara langsung (*take and give*) yang dapat juga diartikan dengan mengambil dan menerima tanda ucapan sama sekali. Seperti ketika seorang pembeli pergi berbelanja kepada

penjual makanan, minuman dan obat, dia menyerahkan uang sesuai dengan harga yang berlaku untuk makanan, minuman atau obat tersebut, lalu penjual mengambil dan menyerahkan apa yang diinginkan pembeli, tanpa adanya tawar-menawar di antara mereka berdua.<sup>45</sup>

---

<sup>45</sup> Luthfi Hamidi, *Jejak-jejak Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Senayan Abadi Publising, 2003), h. 22.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini menjelaskan pandangan hukum Islam terhadap perlindungan konsumen dalam jual beli perumahan, metode penelitian terdiri dari:

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang penulis gunakan penelitian lapangan (*field research*) yang dalam pengumpulan datanya dilakukan secara langsung dari lokasi penelitian, dengan tujuan untuk memberikan jawaban terhadap perlindungan konsumen dalam jual beli perumahan. yaitu penelitian mencari data maupun informasi yang bersumber dari lapangan. Yang digali secara intensif dan disertai dengan analisa dan pengujian kembali atas semua data atau informasi yang telah dikumpulkan dalam skripsi perlindungan konsumen dalam praktik jual beli perumahan menurut hukum Islam di Kota Langsa.

#### **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian dalam penelitian ini adalah di kota Langsa. Alasan penulis memilih tempat tersebut sebagai lokasi penelitian adalah karena pada lokasi tersebut terjadi jual beli perumahan. Penelitian ini dimaksud untuk mengangkat fakta, keadaan dan fenomena logis yang terjadi saat sekarang (ketika penelitian berlangsung) dan mejadikan apa adanya. Kota Langsa mempunyai luas wilayah 262,41 KM<sup>2</sup>, yan terletak pada posisi antara 04<sup>o</sup>24' 35,68"-04<sup>o</sup>33' 47,03" Lintang Utara dan 97<sup>o</sup>53' 14,59"-98<sup>o</sup>04' 42, 16" Bujur Timur, dengan ketinggian antara 0 – 25 m diatas permukaan laut serta mempunyai batas-batas wilayah yaitu:

Sebelah Utara berbatasan dengan Selat Malaka, Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Birem Bayeun Kabupaten Aceh Timur, Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Birem Bayeun Kabupaten Aceh Timur, Sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Manyak Payed Kabupaten Aceh Tamiang.<sup>1</sup>

### C. Pendekatan penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Penggunaan metode kualitatif dipandang sebagai prosedur penelitian yang dapat diharapkan akan menghasilkan data deskriptif, berupa kata-kata tertulis atau lisan dari sejumlah orang dan perilaku yang dapat diamati.<sup>2</sup> Secara harfiah metode deskriptif merupakan metode penelitian untuk membuat gambaran mengenai situasi dan kejadian dimana mempelajari masalah-masalah, situasi, tatacara, hubungan-hubungan, serta proses-proses yang berlangsung.<sup>3</sup> Yang dimaksud dalam deskriptif dalam penelitian ini mengamati perilaku dan kejadian-kejadian terhadap praktik jual beli perumahan. Dalam penelitian ini, dituangkan kata-kata tertulis dan lisan yang berhubungan dengan perlindungan konsumen, yaitu penulis melakukan pengamatan terhadap praktik jual beli rumah, kemudian penulis mengajukan beberapa pertanyaan kepada konsumen perumahan maupun developer yang berkaitan dengan praktik jual beli perumahan dan respon atau jawaban dari pertanyaan yang diajukan akan penulis paparkan pada bab hasil penelitian kemudian penulis mengkaitkan kejadian di lapangan menurut hukum Islam.

---

<sup>1</sup> Sumber data: Dokumen Organisasi Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi Dan Usaha Kecil Menengah Kota Langsa.

<sup>2</sup> *Ibid.*

<sup>3</sup> Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), h. 54.

Ada beberapa upaya karakteristik dalam metode kualitatif diantaranya adalah peneliti yang telah mengadakan pengamatan dan wawancara tidak berstruktur karena dalam penelitian kualitatif, peneliti berupaya mengumpulkan dan mencatat data secara rinci mengenai hal-hal yang bertalian dengan masalah yang sedang diteliti. Seperti mengenai keluarga, ekonomi keluarga dan keagamaannya, data tidak dipandang terpisah sendiri-sendiri, tapi saling berkaitan dan merupakan suatu keseluruhan dan stuktur.

#### **D. Sumber Data Penelitian**

##### **1. Sumber Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh dari penelitian yaitu di kota Langsa. Dimana peneliti akan mewawancarai konsumen perumahan dan developer perumahan di Kota Langsa, observasi, dan dokumentasi langsung kepada masyarakat kota Langsa yang memberikan jawaban langsung terhadap perlindungan konsumen terhadap jual beli perumahan.

##### **2. Data Sekunder**

Data Sekunder adalah data-data yang di gunakan untuk mendukung data primer dalam penulisan skripsi ini, adapun data sekunder yaitu yang berupa data kepustakaan baik dari buku-buku, dan bacaan-bacaan lain yang sesuai dengan penelitian ini akurat serta layak di cantumkan sebagai referensi dalam penulisan hasil penelitian.

Adapun yang menjadi data dalam penelitian ini adalah data atau informasi yang diperoleh dari informan yang dianggap paling mengetahui secara mendetail

dan jelas mengenai fokus permasalahan yang diteliti untuk meninjau praktik jual beli perumahan yaitu:

- a. Konsumen perumahan di Kota Langsa,
- b. Developer perumahan atau yang menjabat sebagai direktur perumahan di Kota Langsa.

Penentuan informasi dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu dengan memilih orang-orang yang diduga dan diyakini mengetahui permasalahan yang diteliti.<sup>4</sup>

Mengenai jumlah sampel yang sesuai sering disebut aturan persepuluh, jadi 10 persen dari jumlah populasi.<sup>5</sup> Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh lokasi perumahan di Kota Langsa yang berjumlah 80 titik perumahan. Sedangkan sampel diambil 10 persen dari jumlah populasi yaitu berjumlah 8 orang konsumen perumahan yang menjadi informan penelitian. Untuk memudahkan penelitian, penulis mengambil 1 (satu) orang informan dari direktur perumahan.<sup>6</sup>

#### **E. Tehnik Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh data atau informasi yang dibutuhkan, sesuai dengan jenis penelitian kualitatif, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan tiga metode, yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi:

---

<sup>4</sup> Suhaimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta,1993), h. 48.

<sup>5</sup> *Ibid.*

<sup>6</sup> S. Nasution, *Metode Reseach (Pendekatan Ilmiah)*, (Jakarta: Bani Aksara, 2008) h. 101.

### 1. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui suatu pengamatan secara langsung di lapangan, yang disertai dengan pencatatan terhadap perilaku dan kejadian sebagaimana yang terjadi pada keadaan sebenarnya.<sup>7</sup> Metode ini penulis gunakan untuk memperoleh data yang berhubungan dengan perlindungan konsumen dalam jual beli perumahan.

### 2. Wawancara

Wawancara adalah jalan mendapatkan informasi dengan cara bertanya kepada responden.<sup>8</sup> Teknik pengumpulan data melalui tanya jawab lisan yang dilakukan oleh dua pihak, pihak pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan pihak yang diwawancarai yang memberikan jawaban atas setiap pertanyaan.<sup>9</sup> Metode ini penulis gunakan sebagai metode dalam pengumpulan data dengan jalan tanya jawab, khususnya dengan masyarakat kota Langsa yang membeli perumahan.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode mencari data mengenai hal-hal atau variabel berupa catatan, transkrip, prasasi, buku, dan surat kabar, majalah, dan sebagainya.<sup>10</sup> Dalam hal ini metode dokumentasi penulis gunakan untuk memperoleh data dari dokumen-dokumen atau arsip-arsip yang ada dilokasi penelitian, yang menerangkan secara pasti perlindungan konsumen dalam jual beli perumahan.

---

<sup>7</sup> Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif...*, h 174.

<sup>8</sup> Sofian Efendi, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: LP3ES, 2008), h. 192.

<sup>9</sup> Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif...*, h. 186.

<sup>10</sup> Suharsina Arikunto, *Prosedur Penelitian; Suatu Penelitian Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), h. 188.

## **F. Metode Analisis Data**

Terhadap data-data yang telah terkumpul, selanjutnya dianalisis, adapun metode analisis data yang penulis gunakan adalah metode analisis non statistic (kualitatif). Metode analisis non statistik (kualitatif) yaitu berfikir menganalisis data-data yang bersifat deskriptif berupa teori-teori atau pernyataan seseorang (yang bukan data statistik).<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: CV Rajawali Press, 1992), h. 85.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum**

##### **1. PT. Avina Semesta Raya Group**

PT. Avina Semesta Raya Group beralamat di Jln. Ahmad Yani Paya Bujok Tunong Kota Langsa. PT. Avina Semesta Raya Group ini berlokasi di Birem Puntong, Lr. D Paya Bujok Tunong Kota Langsa dan pertama kali berdiri pada tahun 2009 dalam bentuk CV, namun pada tahun 2015 sudah menjadi Perseroan Terbatas (PT). PT. Avina Semesta Raya Group bekerja sama dengan pemerintah untuk membangun 1000 perumahan di Kota Langsa. Green Avina Residence memiliki bermacam jenis *type* rumah antara lain: *type* 36 dengan luas tanah 98 M<sup>2</sup>, *type* 45 luas tanah 120 M<sup>2</sup>, *type* 54 luas tanah 140 M<sup>2</sup>, *type* 60 luas tanah 160 M<sup>2</sup>, *type* 70 luas tanah 180 M<sup>2</sup>, dan *type* 80 luas tanah 200 M<sup>2</sup>, dengan harga yang berbeda-beda. Syarat pengkreditan di PT. Avina Semesta Raya Group ditentukan oleh Bank dan *developer* menerapkan ketentuan tersebut kepada konsumen perumahan.<sup>1</sup>

##### **2. PT. Bumi Megah Nusantara**

PT. Bumi Megah Nusantara bekerja sama dengan pemerintah untuk membangun perumahan di Kota Langsa. PT. Bumi Megah Nusantara ini beralamat di Jl. A. Yani, No. 6 Pb Seuleumak Kota Langsa. Dengan berlokasi di sekitar Paya Bujok Seuleumak Langsa, perumahan bersubsidi ini diperuntukkan

---

<sup>1</sup> Wawancara dengan Bapak Suhendra Direktur Perumahan PT. Avina Semesta Raya Group Pada Tanggal 17 Agustus 2016.

bagi Pegawai Negeri Sipil (PNS). Perumahan ini ada berbagai macam *type*, mulai dari *type* 45, *type* 60, *type* 90, *type* 110, juga terdapat *type* Platinum, Silver dan Gold. *Developer* perumahan menawarkan kemudahan dalam pembayaran rumah tersebut, cara pembayaran perumahan ini tergantung dari pembeli, bisa dibayar tunai dan bisa pula dibayar secara berangsur-angsur. Perumahan bersubsidi yang dibangun oleh pemerintah dengan harga tergantung *type* rumah tersebut. Adapun harga perumahan bersubsidi pemerintah sekitar 80 unit *type* 40 atau 100 dengan harga 88 juta. Sedangkan perumahan bersubsidi yang lebih besar diberi harga 125 juta per unit.<sup>2</sup>

### **3. CV. Naura Indah Residence**

CV. Naura Indah Residence beralamat di Jl. Rel Kereta Api Komplek Naura Indah Kota Langsa atau dibelakang Stadion Langsa. Lokasi perumahan ini sangat dekat dengan jalan utama Kota Langsa. Adapun spesifikasi perumahan Naura Indah Residence yaitu luas tanah 204M<sup>2</sup>, luas bangunan 70M<sup>2</sup>, lantai 1, kamar tidur 3, kamar mandi 2, dan sertifikasi (sertifikat hak milik), dengan harga Rp. 330.000.000.<sup>3</sup>

### **4. CV. Arly Syamsuddin**

CV. Arly Syamsuddin beralamat di Jl. P. Polem Gg. Macan No. 04 Gp. Jawa Kecamatan Langsa Kota. Perumahan ini memiliki *type* 54 dan *type* 45, tanah ukuran 10x13 lebar samping kanan dan kiri 3m, lebar belakang 3m, depan 3m, harga Rp. 180.000.000, jika pembelian tunai Rp. 170.000.000. Salah satu syarat

---

<sup>2</sup> Wawancara dengan Bapak Helmi Putra Direktur Perumahan PT. Bumi Megah Nusantara Pada Tanggal 20 Agustus 2016.

<sup>3</sup> Wawancara dengan Bapak Syahrul *Developer* Perumahan CV. Naura Indah Residence Pada Tanggal 23 Agustus 2016.

pembelian kredit pada CV. Arly Syamsuddin yaitu membayar uang muka atau DP sebesar Rp. 40.000.000, model rumah bisa dirubah sesuai selera konsumen, dengan jumlah rumah sebanyak 18 unit.<sup>4</sup>

## **B. Praktik Jual Beli Perumahan Di Kota Langsa**

Pada umumnya masyarakat berpenghasilan rendah terutama yang tinggal di kota-kota besar selalu dihadapkan kepada kesulitan memiliki rumah yang layak. Kecilnya penghasilan mereka tidak memungkinkan membeli rumah secara tunai karena harganya mencapai puluhan bahkan ratusan juta rupiah. Walaupun mereka dapat memilikinya kebanyakan diperoleh melalui angsuran atau yang lazim dikenal dengan rumah KPR (Kredit Perumahan Rakyat). Tidak sedikit dari mereka yang telah berumah tangga bertahun-tahun dan telah dikaruniai anak belum juga memiliki rumah, sehingga harus tinggal di rumah kontrakan yang seringkali harus berpindah-pindah. Dengan pertimbangan, daripada uangnya untuk membayar sewa rumah serta repotnya berpindah-pindah, mereka memandang lebih efisien apabila uangnya digunakan untuk membayar angsuran rumah.<sup>5</sup>

*Developer* yang memiliki bisnis perumahan yaitu Bapak Suhendra sebagai direktur perumahan (sebagai informan), menjelaskan:

“Usaha perumahan pertama kali berdiri pada tahun 2009 dalam bentuk CV, namun pada tahun 2015 sudah menjadi Perseroan Terbatas (PT), selama masa dari CV ke PT menjual perumahan memang terdapat pesaing namun hal itu sudah biasa. Pada tahun 2013 kebawah terdapat kejadian *developer* yang tidak jujur konsumen dengan cara mengambil uang konsumen namun perumahan tidak diselesaikan, namun pada

---

<sup>4</sup> Wawancara dengan Bapak Awaluddin Developer Perumahan CV. Arly Syamsuddin Pada Tanggal 24 Agustus 2016.

<sup>5</sup> Budi Juliandi, *Fiqh Kontemporer*, (Medan: Cita Pustaka, 2010), h. 78.

sekarang ini sudah terbalik banyak konsumen yang tidak jujur *developer*, dengan cara *wanprestasi* dari pihak konsumen dan sistem promosi perumahan yaitu menggunakan baliho, brosur, dan ada konsumen yang langsung mendatangi *developer* untuk meminta brosur. *Developer* menjual rumah subsidi yaitu program dari pemerintah yang bernama program sejuta rumah, pemerintah menyerahkan kepada Bank, dan Bank yang mengelolanya, pihak *developer* menjadi pihak ketiga, dari tahun 2009 sampai sekarang belum ada konsumen yang mengeluh, namun ada yang mengatakan atap rumah yang bocor, dan hal itu wajar namun bisa diperbaiki. Perlindungan konsumen komersial perumahan yaitu perlindungan jiwa, dan kebakaran. Jika konsumen non komersial asuransinya 7% untuk asuransi jiwa, kebakaran, dan bencana alam.”<sup>6</sup>

Dari keterangan Bapak Suhendra dapat diketahui bahwa *developer* adalah pihak ketiga antara bank dan konsumen. Kemudian dari tahun 2009 sampai 2016 terdapat konsumen yang mengeluh mengenai atap rumah yang bocor namun pihak *developer* memperbaikinya. Bapak Suhendra juga menerangkan:

“Ada konsumen yang membayar uang muka sedangkan rumah belum didirikan, namun sudah di akad kredit yang dikarenakan sudah ada kepercayaan dari pihak konsumen terhadap *developer*. Jika terdapat keluhan mengenai perumahan yang mereka tempati pihak konsumen langsung mendatangi *developer*. Dan pihak *developer* memiliki masa tanggung jawab, selama tiga bulan jika selama tiga bulan tidak ada keluhan berarti *developer* tidak bertanggung jawab lagi. Dan ada juga konsumen membeli perumahan dengan secara kredit namun mereka menggunakan akad syariah dimana terdapat ijab dan kabul antara konsumen dan *developer*, contohnya: saya beli rumah tersebut dengan harga Rp. 850000 x 150 bulan = Rp. 127.500.000, dan akan saya cicil selama 15 tahun. Jika di konvensional.”<sup>7</sup>

*Developer* mempunyai tanggung jawab terhadap konsumen selama tiga bulan jika lebih dari tiga bulan dan tidak ada keluhan dari konsumen, maka *developer* bebas dari tanggung jawab.

---

<sup>6</sup> Wawancara dengan Bapak Suhendra Direktur perumahan Pada Tanggal 17 Agustus 2016.

<sup>7</sup> *Ibid.*

“Visi perumahan Kota Langsa yaitu agar masyarakat kota Langsa memiliki rumah yang layak. Pada tahun 2009 sampai sekarang program perumahan ingin membangun 1000 unit rumah di kawasan Langsa dan Aceh Tamiang berdiri supaya warga Kota Langsa dan Aceh Tamiang memiliki rumah layak huni dan mandiri. Jika rumah subsidi konsumen wajib membayar bunga sebanyak 5 % dari harga rumah per tahun, untuk non subsidi suku bunga 12 % per tahun, suku bunga ini bisa saja naik pertahunnya sesuai dengan penetapan dari pemerintah. Jika pemerintah menetapkan suku bunga naik menjadi 13 % maka *developer* akan menaikkan suku bunga tersebut.”<sup>8</sup>

Berdasarkan hasil wawancara terhadap praktik jual beli perumahan di Kota Langsa sebagaimana yang telah diuraikan diatas, maka dapat dianalisis secara kualitatif bahwa pada dasarnya perumahan di Kota Langsa memiliki visi yaitu membangun masyarakat Kota Langsa dengan memiliki rumah layak huni.

### **C. Praktik Jual Beli Perumahan Di Kota Langsa Dalam Tinjauan Hukum Perlindungan Konsumen**

Dalam hal konsumen perumahan, membeli rumah tentunya konsumen perumahan memiliki berbagai hak atas rumah yang telah dijadikan sebagai objek jual-beli. Dari data yang penulis peroleh dengan cara terjun langsung pada obyek penelitian, penulis mendapat berbagai informasi yang dapat membantu dalam pembuatan karya ilmiah dalam bentuk skripsi. Pengamatan yang penulis lakukan dibantu berbagai pihak terkait, yaitu para konsumen perumahan (pembeli), dan *developer* (pengembang), keduanya terlibat dalam transaksi praktik jual beli perumahan. Dari beberapa konsumen yang tinggal diperumahan tersebut penulis membuat wawancara dengan memberikan beberapa pertanyaan yang berisi tentang seputar masalah praktik jual beli perumahan sesuai dengan judul skripsi penulis.

---

<sup>8</sup> *Ibid.*

Dari beberapa konsumen perumahan penulis membuat wawancara dengan memberikan beberapa pertanyaan tersebut berisi tentang seputar masalah praktik jual beli perumahan sesuai dengan judul skripsi penulis. Adapun hasil wawancara yang dilakukan dengan Bapak Amin Hasbuan selaku konsumen perumahan menerangkan:

“Perumahan adalah kumpulan rumah sebagai bagian dari permukiman, baik di perkotaan maupun perdesaan, yang dilengkapi dengan prasarana, sarana, dan fasilitas umum sebagai hasil upaya pemenuhan rumah yang layak huni untuk keamanan, kesehatan, dan keteraturan.”<sup>9</sup>

Informan kedua menjawab, “perumahan telah menjadi sarana manusia guna melakukan berbagai macam aktivitas hidup dan sarana untuk memberikan perlindungan utama terhadap adanya berbagai gangguan eksternal, baik terhadap kondisi iklim, maupun terhadap gangguan lainnya.”<sup>10</sup>

Sedangkan dua informan menyatakan praktik jual beli perumahan di Kota Langsa, seperti yang dikatakan oleh Ibu Nanda Yunita dan Zuraida yaitu:

“Dalam praktik jual beli perumahan di Kota Langsa konsumen mengaku kurang puas, karena biasanya *developer* hanya menerangkan spesifikasi yang sangat umum, misalnya pondasi dan struktur beton bertulang, tetapi tidak menyebutkan berapa sentimeter kedalaman dan lebar. Mereka juga tidak menyebutkan berapa ukuran diameter besi tulangan beton yang akan dipakai sebagai struktur konstruksi rumah yang dibeli. Padahal, hal ini lebih penting daripada sekadar tampak muka rumah. Karena percuma saja sebuah rumah terlihat indah saat dibeli, namun dalam waktu 1-2 tahun dindingnya retak.”<sup>11</sup>

Dari keterangan Ibu Nanda Yunita dapat dilihat bahwa praktik jual beli perumahan yang dialami oleh Ibu Nanda adalah *developer* tidak secara spesifik

<sup>9</sup> Wawancara dengan Bapak Amin Hasbuan pada tanggal 28 Juli 2016.

<sup>10</sup> Wawancara dengan Ibu Sri Kumala Sari pada tanggal 29 September 2016.

<sup>11</sup> Wawancara dengan Ibu Nanda Yunita pada tanggal 1 Agustus 2016.

menerangkan kondisi perumahan. Karena *developer* tidak berterus terang sejak awal, perumahan yang *developer* jual dalam waktu sekitar satu atau dua tahun dinding rumah mulai retak.

Demikian juga yang disampaikan Ibu Zuraida (sebagai informan kedua), ia berpendapat mengenai praktik jual beli perumahan di Kota Langsa, bahwa:

“Untuk memilih rumah yang akan dibeli, konsumen dapat mempertimbangkan faktor lokasi rumah, luas rumah, *layout* rumah, fasilitas di sekitar rumah dan tentu saja harga rumah. Setelah memutuskan *type* rumah yang akan dibeli, konsumen harus membayar tanda jadi dan membayar uang muka. Jika pembelian rumah secara kredit, konsumen harus membayar uang muka kepada bank, apabila pengajuan kredit perumahan rakyat (KPR) disetujui oleh bank, maka konsumen melakukan akad kredit dengan bank yang disaksikan oleh notaris. Saat melakukan akad kredit, konsumen membuat perjanjian kepada bank. Di samping notaris yang ditentukan oleh bank, konsumen juga harus memiliki asuransi jiwa dan asuransi kebakaran.”<sup>12</sup>

Dalam keterangan Ibu Zuraida dapat dilihat bahwa dalam praktik jual beli perumahan, konsumen harus lebih waspada untuk membeli dan memutuskan *type* rumah yang akan dibeli dan jika sudah sesuai dengan yang diinginkan konsumen, maka konsumen berkewajiban membayar uang muka kepada bank. Jadi, jual beli perumahan harus disaksikan notaris dalam membuat perjanjian kepada bank.

Setelah mengetahui jawaban dari informan mengenai pengertian perumahan dan praktik jual beli perumahan di Kota Langsa, sistem promosi jual beli rumah yang terjadi sekarang ini yaitu melalui penyebaran brosur, Ibu Devi menerangkan:

“Jual beli perumahan mencakup tiga hal, pertama permasalahan yang muncul sebelum transaksi. Permasalahan ini mencakup informasi yang tidak jujur dari pengembang (*developer*), informasi tidak lengkap atau hanya iming-iming iklan. Kedua, transaksi, tidak jarang ketika dalam

---

<sup>12</sup> Wawancara dengan Ibu Zuraida pada tanggal 6 Agustus 2016.

proses transaksi, konsumen dibebani biaya tambahan yang sebelumnya tidak muncul dalam sebelum transaksi. Ketiga, permasalahan yang muncul setelah terjadinya transaksi mulai dari sertifikat bermasalah, tidak ada fasilitas sosial dan fasilitas umum, sampai pembangunan rumah tidak terealisasi oleh *developer*. Demikian juga ketika konsumen telah mampu melunasi kredit rumah, namun sulit mendapatkan sertifikat sebagai dokumen kepemilikan rumah. Realisasi fasilitas yang janjikan seringkali menjadi permasalahan pula dikemudian hari. *Developer* tidak menyediakan fasilitas perumahan, seperti jalan yang diaspal, listrik yang terlambat dimasukkan, air bersih, pertamanan, mesjid. Masalah lain, pembangunan rumah yang tidak terealisasi oleh *developer* yaitu dalam jual beli, salah satu syarat mutlak nya adalah adanya barang yang hendak diperjualbelikan. Di bidang perumahan sudah tentu jika terjadi akad kredit atau transaksi jual beli rumah, rumahnya harus sudah ada atau selesai dibangun. Realitanya, banyak *developer* yang sama sekali belum memulai kegiatan membangun, namun telah memasarkan perumahan tersebut. Hal ini kerap menimbulkan permasalahan bagi konsumen, dengan tidak terealisasinya pembangunan. Alasan *developer*, susah nya mendapatkan Ijin (terganjal ijin), kesulitan ekonomi yang dialami oleh *developer* sampai dinyatakan pailit.<sup>13</sup>

Dari keterangan Ibu Devi dapat dilihat bahwa permasalahan yang muncul dalam praktik jual beli perumahan di Kota Langsa adalah *developer* memberi informasi tidak sesuai dengan apa yang ada dibrosur dan terdapat biaya tambahan yang sebelumnya tidak dikatakan di dalam brosur. Menurut Ibu Devi fasilitas yang diiklankan di brosur hanya sebatas menarik minat konsumen terhadap perumahan saja, namun Ibu Devi tidak merasakan fasilitas tersebut. Kemudian sertifikat rumah yang terlambat didapatkan oleh konsumen dalam artian tidak sesuai dengan kesepakatan.

“Salah satu poin yang sering dijadikan *developer* untuk menjaring calon konsumen adalah kelengkapan fasilitas kompleks perumahan tersebut. Para *developer* selalu mengedepankan kelengkapan fasilitas dalam promosi mereka. Salah satu hak konsumen adalah hak untuk mendapatkan informasi. Kaitannya dengan keberadaan fasilitas umum, media yang dapat dipakai konsumen perumahan sebagai sumber informasi adalah iklan, dan brosur perumahan. Informasi tentang fasilitas umum

---

<sup>13</sup> Wawancara dengan Ibu Devi pada tanggal 8 Agustus 2016.

yang diperoleh konsumen dari ketiga media diatas informasi tentang fasilitas umum yang sepenuhnya bersumber dari *developer*.”<sup>14</sup>

Pengalaman yang sama juga pernah dirasakan oleh Ibu Fatmawati, ia

menerangkan:

“Pada saat menerima brosur biasanya *developer* hanya menyebut secara umum saja tanpa rincian. Contoh yang di berikan secara umum (pondasi, lantai keramik, dinding bata, atap asbes), karena tidak ada detail yang terperinci terkadang *developer* mengganti dengan kualitas yang lebih rendah supaya mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi. Sehingga hasil pekerjaan jauh dari gambar brosur.”<sup>15</sup>

Untuk membeli perumahan secara kredit konsumen harus membayar uang muka. Secara umum, uang muka yang telah dibayar, jika konsumen ingin membatalkan niat membeli rumah, maka uang muka tersebut akan dipotong dan konsumen mendapatkan uangnya kembali sebanyak 85 % atau 70 %. Alasan konsumen membatalkan karena konsumen lebih teliti melihat keadaan rumah dibanding sebelumnya.

“Pihak *developer* menaikkan harga secara satu pihak saja. Lagi-lagi biasanya setelah terjadi akad jual beli dan konsumen sudah membayarkan uang muka. Jika konsumen jadi membeli, artinya konsumen harus membayar lebih tinggi daripada perjanjian terdahulu. Jika membatalkannya, uang muka yang sudah dibayarkan akan dipotong, mungkin konsumen hanya mendapatkan 85% atau 70% atau bahkan tidak bisa mengambil kembali uang muka tersebut. Ketidak sesuaian rumah yang di iklankan dengan apa yang konsumen lihat membuat konsumen membatalkan niat membeli rumah karena ketika melihat bangunannya ternyata ada rumah yang retak menjadi dua dan ada pula yang dihancurkan karena memang rusak, padahal rumah-rumah tersebut belum lama dibangun. Oleh karena itu konsumen sekarang lebih teliti membeli rumah, teliti kualitas bangunannya.”<sup>16</sup>

Demikian juga disampaikan oleh Ibu Devi, Fitria Ningsih, dan Fatmawati.

Mereka mempunyai kesamaan pendapat terhadap perlindungan konsumen.

---

<sup>14</sup> Wawancara dengan Ibu Fitria Ningsih pada tanggal 10 Agustus 2016.

<sup>15</sup> Wawancara dengan Ibu Fatmawati pada tanggal 11 Agustus 2016.

<sup>16</sup> Wawancara dengan Ibu Herlinda Wati pada tanggal 12 Agustus 2016.

Penulis menyatukan pendapat mereka bertiga karena didasarkan perumahan tempat mereka tinggal berdekatan.

Dari hasil wawancara dengan ke 8 informan perumahan diatas, menerangkan mereka membeli perumahan dengan anggapan rumah yang dibeli tersebut sesuai dengan apa yang diiklankan di brosur, dan mereka tidak begitu teliti terhadap kondisi rumah dan kewajiban-kewajiabn konsumen dalam membeli perumahan. Kemudian terhadap pertanyaan penulis yang menjurus kepada kualitas perumahan, mereka menyampaikan bahwa rumah yang mereka tempati awalnya terlihat indah, namun dalam jangka waktu satu atau dua tahun dindingnya mulai retak.

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup dan tidak diperdagangkan.<sup>17</sup>

Dalam Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yaitu:

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari ekkses negatif pemakaian barang dan 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 jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.<sup>18</sup>

<sup>17</sup> Departemen RI, *Undang-Undang Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: SinarGrafika, 1999), h. 2.

<sup>18</sup> Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, (Jakarta, Visimedia, 2008), h. 17.

Dari Undang-undang Perlindungan Konsumen diatas terlihat bahwa kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen merupakan hal yang paling pokok dan utama dalam perlindungan konsumen.

#### **D. Pandangan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli Perumahan**

Islam adalah sistem kehidupan, di mana Islam telah menyediakan berbagai perangkat aturan yang lengkap bagi kehidupan manusia, termasuk dibidang ekonomi. Beberapa aturan ini bersifat pasti dan berprilaku permanen, sementara beberapa yang bersifat kontekstual sesuai dengan situasi dan kondisi. Penggunaan agama sebagai dasar ilmu pengetahuan telah menimbulkan diskusi panjang di kalangan ilmuwan, meskipun sejarah telah membuktikan bahwa hal ini adalah keniscayaan. Islam merupakan suatu agama yang memberikan tuntutan pada seluruh aspek kehidupan, baik hubungan manusia dengan Tuhan, atau manusia dengan sesama makhluk Tuhan. Inilah yang sering disebut dengan implementasi Islam secara *kaffah* (menyeluruh). Agama Islam bukan hanya berkaitan dengan spiritualitas, namun agama merupakan serangkaian keyakinan, ketentuan dan peraturan serta tuntutan moral bagi setiap aspek kehidupan manusia.<sup>19</sup>

Allah SWT berfirman yaitu:

يَتَأْتِيهَا تِجْرَةٌ بَرَّةٌ عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿١٦﴾ أَلَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونُوا

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

<sup>19</sup> Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Press, 2009), h. 14-15.

*janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (QS. An-Nisa’: 29)<sup>20</sup>*

Dalam praktik jual beli perumahan di Kota Langsa, antara *developer* (pengembang) dan konsumen harus berdasarkan nilai-nilai syari’at Islam yang berporos dari ajaran tauhid. Muamalah (jual beli) yang bertumpu dari ajaran ini akan merefleksikan kepada pelakunya dalam bentuk perilaku yang menjunjung tinggi nilai akhlak, kejujuran, dan toleransi. Dengan menerapkan bisnis sesuai dengan hukum Islam pihak *developer* menghasilkan keuntungan berdasarkan ridha dari Allah SWT dan konsumen puas dengan hasil pembeliannya, sehingga tidak terjadi masalah terhadap jual beli perumahan di Kota Langsa. Dan firman Allah SWT:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ  
ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ  
مِّن رَّبِّهِ فَآنتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا  
خَالِدُونَ

Artinya: “Orang-orang yang Makan (mengambil) riba, tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya. (QS. Al-Baqarah: 275)<sup>21</sup>

<sup>20</sup> Departemen Agama, *Al-Qur’an dan Terjemahannya*, (Surabaya: Karya Agung, 2006), h. 274.

<sup>21</sup> *Ibid*, h. 58.

Dalam ayat tersebut menggambarkan orang yang mengambil riba tidak tentram jiwanya seperti orang memasukkan syaitan. Kejujuran *developer* adalah sebuah kunci sukses sebuah usaha atau bisnis menurut Islam. Jujur, menjual barang yang baik mutunya, dan menetapkan harga dengan transparan sehingga tidak terdapat celah untuk terdapat riba dalam jual beli perumahan di Kota Langsa.

Dari kedua ayat diatas memberikan pelajaran tentang disyari'atkannya jual beli pada hamba-Nya. Pada dasarnya jual beli itu selalu sah apabila dilakukan atas dasar suka sama suka antara keduanya. Di dalam jual beli terdapat manfaat dan urgensi sosial, apabila diharamkan maka akan menimbulkan berbagai kerugian. Berdasarkan hal ini, seluruh transaksi (jual beli) yang dilakukan manusia hukum asalnya adalah halal, kecuali terdapat dalil yang melarang transaksi tersebut.<sup>22</sup> Dan ayat ini merujuk Pada perniagaan atau transaksi-transaksi dalam muamalah yang dilakukan secara bathil. Bahwa Allah SWT melarang kaum muslimin untuk memakan harta orang lain secara batil yang berarti melakukan transaksi ekonomi yang bertentangan dengan syara'. Hal ini ditegaskan dalam sebuah hadis yang berbunyi:

:

( ) ,

Artinya: “*Dari Jabir Ibn’ Abdullah ra. Berkata: Nabi SAW melarang penjualan muhaqalah (menjual gandum yang masih dalam tangkaiannya) dan penjualan muzabanah (menjual secara sukatan, menjual anggur yang masih putik dengan yang sudah kering dengan suketan) dan penjualan*

---

<sup>22</sup> Deden Kushendar, *Ensiklopedia Jual Beli Dalam Islam*, (Jakarta: Yurcomp, 2010), h. 24.

*yang pengecualiannya disebut secara samar (kabur, tidak jelas), kecuali disebutkan dengan jelas.” (HR. At-Turmuzy).<sup>23</sup>*

Di dalam proses praktik jual beli perumahan ada dua orang yang memegang peranan penting yaitu penjual (*developer*) dan pembeli (konsumen). Antara penjual dan pembeli setelah terjadinya akad masing-masing mempunyai kewajiban tertentu. Adapun hak penjual adalah menerima pembayaran sesuai harga yang telah disepakati, sedangkan kewajiban penjual adalah menyerahkan barang setelah diterima pembayaran dan menerangkan keadaan barang dengan sebenar-benarnya sebelum terjadi akad, sebagai sabda Nabi Muhammad SAW yaitu:

:

(                    )

Artinya: “*Dari Uqbah bin, Amir berkata: saya mendengar Rasulullah saw bersabda: Seorang muslim itu bersaudara seorang muslim, tidak halal seorang muslim menjual kepada saudaranya barang cacat kecuali ia jelaskan. (HR. Ibnu Majjah).*”<sup>24</sup>

Dalam hadits diatas, jelas bahwa dalam bermuamalah (transaksi jual beli) barang yang dijual harus barang yang baik sehingga tidak merugikan konsumen dan dalam transaksi jual beli yang lebih diutamakan adalah mengharapkan keridhaan Allah SWT.

---

<sup>23</sup> Teungku Hasbi Ash-Shiddieqy, *Koleksi Hadits-hadits hukum*, Jilid III, (Semarang: Pustaka Rizki Putra, 2011), h. 251.

<sup>24</sup> Albani, Muhammad Nashiruddin, *Shahih Sunan Ibnu Majah*, ( Jakarta: Pustaka Azzam, 2007), h. 292.

Adapun dalam menanggapi tentang praktik jual beli perumahan di Kota Langsa Tgk. Daud berpendapat yaitu:

“Menegenai perumahan di Kota Langsa sebenarnya sah-sah saja asalkan tidak berntentangan dengan hukum Islam, namun apabila *developer* perumahan di Kota Langsa tersebut mencari keuntungan dengan cara yang tidak halal, hal ini bertentangan dengan hukum syara’. Islam telah mangajarkan bahwa setiap perbuatan yang merugikan pihak lain itu dilarang, terutama dalam pemakaian barang dan jasa. Pada Surat An-Nisa ayat 29 bilamana maksud dari ayat tersebut yaitu manusia dituntut untuk selalu meningkatkan kesejahteraan, namun manusia harus tetap memperhatikan nilai-nilai ajaran Islam yang bersumber dari Al-Qur’an dan As-Sunnah. Al-Qur’an sendiri telah memberikan garis pedoman mana yan halal dan mana yang haram. Karena bagaimanapun masalah halal lebih terfokus pada hubungan langsung antara manusia dengan Tuhannya, yang tidak boleh ditutupi hanya untuk kepentingan ekonomi, bisnis, politik, dan lain-lain yang belum jelas kecenderungannya.”<sup>25</sup>

Tgk. Daud berpendapat dalam bermuamalah harus sesuai dengan hukum

Islam yang bersumber dari Al-Qur’an dan Hadits. Kemudian penulis menanyakan mengenai praktik jual beli perumahan di Kota Langsa kepada Tgk. Usman, beliau berpendapat:

“Usaha perumahan di Kota Langsa harus sesuai dengan rukun dan syarat jual beli. Adapun hukum jual beli yaitu Al-Qur’an surat Al-Baqarah ayat 198:

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ

Artinya: “Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezki hasil perniagaan) dari Tuhanmu.” Penjual dan pembeli dalam melakukan jual beli hendaknya berlaku jujur, berterus terang dan mengatakan yang sebenarnya, maka jangan berdusta dan jangan bersumpah dusta, sebab sumpah dan dusta menghilangkan berkah jual beli.”<sup>26</sup>

Dalam jual beli, antara penjual dan pembeli harus sama-sama berpedoman kepada hukum yang telah ditetapkan oleh Islam, agar tidak terjadi kerugian antara

<sup>25</sup> Wawancara dengan Tgk. Daud Pada Tanggal 29 Agustus 2016.

<sup>26</sup> Wawancara dengan Tgk. Usman Pada Tanggal 30 Agustus 2016.

salah satu pihak. Harus jujur, berterus terang dan mengatakan yang sebenarnya, maka jangan berdusta dan jangan bersumpah dusta.

#### **E. Analisis Penulis**

Setelah penulis menganalisis dalam hal praktik jual beli perumahan di Kota Langsa antara konsumen dan *developer* memiliki perbedaan pendapat, konsumen menyatakan bahwa mereka kurang puas terhadap jual beli perumahan tersebut, dikarenakan perumahan yang dipromosikan dibrosur tidak sesuai dengan kenyataan yang konsumen rasakan, misalkan rumah yang dilihat indah namun dalam waktu satu sampai dua tahun dindingnya mulai retak dan fasilitas listrik yang terlambat dimasukkan serta fasilitas lainnya. Sedangkan *developer* menjual perumahan berdasarkan progam dari pemerintah yang dinamakan progam sejuta rumah, pihak *developer* menjadi pihak ketiga antara bank dan konsumen perumahan. Jika ada keluhan konsumen terhadap perumahan yang mereka tempati maka konsumen bisa langsung mendatangi *developer*, pihak *developer* memiliki masa tanggung jawab selama tiga bulan setelah rumah ditempati.

Undang-undang perlindungan konsumen No. 8 Tahun 1999 menyebutkan bahwa:

- a. Hak untuk mendapatkan keamanan, konsumen berhak mendapat rasa aman dan nyaman dalam mengkonsumsi atau menggunakan barang dan jasa yang ditawarkan,
- b. Hak untuk mendapatkan informasi, konsumen berhak untuk mendapatkan informasi yang benar terkait dengan barang dan jasa yang ditawarkan,
- c. Hak untuk memilih produk yang akan digunakan (bebas dari monopoli),

- d. Hak untuk didengar, artinya konsumen berhak untuk mendengar barang dan jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha, serta berhak untuk didengar aspirasi atau pendapatnya terkait dengan kebijakan pemerintah tentang perlindungan konsumen.

Keempat hak dasar inilah yang menjadi pedoman bagi negara Indonesia, dan negara-negara lain di dunia dalam melindungi dan memenuhi hak-hak mereka.

Dalam Hukum Islam, hak adalah kepentingan yang ada pada perorangan atau masyarakat atau pada keduanya yang diakui oleh syara'. Berhadapan dengan hak seseorang terdapat kewajiban orang lain untuk menghormatinya. Menurut hukum Islam dalam bermuamalah (transaksi jual beli) barang yang dijual harus barang yang baik sehingga tidak merugikan konsumen dan dalam transaksi jual beli yang lebih diutamakan adalah mengharapkan keridhaan Allah SWT.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

1. Didalam praktik jual beli perumahan di Kota Langsa konsumen mengaku kurang puas, karena biasanya *developer* hanya menerangkan spesifikasi yang sangat umum, salah satu hak konsumen adalah hak untuk mendapatkan informasi. Kaitannya dengan keberadaan fasilitas umum, media yang dapat dipakai konsumen perumahan sebagai sumber informasi adalah iklan, dan brosur perumahan. Informasi tentang fasilitas umum yang diperoleh konsumen dari ketiga media diatas informasi tentang fasilitas umum yang sepenuhnya bersumber dari *developer*.
2. Menurut hukum Islam pada dasarnya jual beli itu selalu sah apabila dilakukan atas dasar suka sama suka antara keduanya asalkan tidak bertentangan dengan hukum syara'. Di dalam jual beli terdapat manfaat dan urgensi sosial, apabila diharamkan maka akan menimbulkan berbagai kerugian. Berdasarkan hal ini, seluruh transaksi (jual beli) yang dilakukan manusia hukum asalnya adalah halal, kecuali terdapat dalil yang melarang transaksi tersebut. Dalam proses praktik jual beli perumahan ada dua orang yang memegang peranan penting yaitu penjual (*developer*) dan pembeli (konsumen). Antara penjual dan pembeli setelah terjadinya akad masing-masing mempunyai kewajiban tertentu.

## **B. Saran-saran**

Sebagaimana penutup dari skripsi ini, penulis ingin menyampaikan beberapa saran, semoga saran ini dapat berguna bagi masyarakat dan instansi-instansi yang terkait.

1. Bagi pelaku usaha harus lebih terbuka kepada konsumen terhadap praktik jual beli perumahan.
2. Bagi konsumen harus lebih pintar dan harus sadar akan hak-hak yang mereka miliki. Konsumen harus lebih kooperatif terhadap arahan dari *developer* agar kenyamanan dan keamanan konsumen dapat terus dimaksimalkan.
3. Bagi masyarakat agar kedepannya tidak ada lagi hal-hal yang tidak diinginkan dalam bermuamalah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ad-Darimi, Imam, *Sunan Ad-Darimi*, Jilid II, Jakarta: Pustaka Azzam, 2007
- ad-dawaisy, Ahamad bin abdurrazzaq, *Fatwa-fatwa Jual Beli Oleh Ulama-ulama Besar Terkemuka*, Bogor: Pustaka Imam Asy-syafi'i, 2005
- A Djazuli, *Kaidah-kaidah Fiqh*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, cet 2, 2006
- Alma, Buchari, *Ajaran Islam Dalam Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 1994
- Arief, Mutmainnah Nur, *Faktor-faktor Ynga Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk Sophie Martin*, Skripsi Makasar: Universitas Hasanuddin, 2011
- Arikunto, Suharsina, *Prosedur Penelitian; Suatu Penelitian Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2006
- Ash-Shiddieqy, Teungku Hasbi, *Koleksi Hadits-hadits hukum*, Jilid III, Semarang: Pustaka Rizki Putra, 2011
- Asy-Syaukani, Al Imam, *Ringkasan Nailul Authar*, Terj. Amir Hamzah Fachrudin, Jilid III, Jakarta: Pustaka Azzam, 2006
- Audah, Abdul Kadir, *At-Tasyri' al-Jana'I al-Islami*, Beirut: Muasasah Arrisalah, 1987
- Az-Zuhaili, Wabah, *Fiqih Islam Wa Adillatuhu*, Jakarta: Gema Insani, 2010
- Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Bandung: PT Syamil Cipta Media, 2004
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1990
- Departemen RI, *Undang-Undang Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 1999
- Djakfar, Muhammad, *Etika Bisnis dalam Prespektif Islam*, Malang: UIN Malang Press, 2007
- Dwiyanti, Esthi, *Minat Beli Knsumen Terhadap Layanan Internet Banking*, Semarang: Universitas Diponegoro, 2010
- Efendi, Sofian, *Metode Penelitian Survai*, Jakarta: LP3ES, 2008

- Hasan, M. Ali, *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2004
- Hasan, M. Ali, *Perbandingan Mazhab*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998
- Hamidi, Luthfi, *Jejak-jejak Ekonomi Syariah*, Jakarta: Senayan Abadi Publising, 2003
- Hardiyati, Rati, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran*, Semarang: Universitas Diponegoro, 2010
- Ilyah, Fathimatul, *Perlindungan Konsumen Bagi Pengguna Jasa Angkutan Jalan Raya (Studi Kasus Bus Transjogja, Yogyakarta)*, Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2014
- Irhamni, Muhammad, *Perlindungan Konsumen Dan Perjanjian Baku Ditinjau Dari Perspektif Islam*, Yogyakarta: IAIN Sunan Kalijaga, 2005
- Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2011
- Juliandi, Budi, *Fiqh Kontemporer*, (Medan: Cita Pustaka, 2010), h. 78.
- Kristiyanti, Celina Tri Siwi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafika, 2009
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran*, Jilid , Jakarta: Erlangga, 2009
- Kushendar, Deden, *Ensiklopedia Jual Beli Dalam Islam*, Jakarta: Yurcomp, 2010
- Meru, Ahmadi, *Prinsip-prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011
- Miru, Ahmadi dan Yodo, Sutarman, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: PT RajaGrafindo, 2008
- Muslich, Ahmad Wardi, *Pengantar dan Asas Hukum Pidana Islam Fiqh Jinayah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2006
- Nashiruddin, Albani Muhammad *Shahih Sunan Ibnu Majah*, Jakarta: Pustaka Azzam, 2007
- Nasution, AZ, *Konsumen dan Hukum*, Jakarta: Pusat Sinar Harapan, 1995
- Nazir, Moh *Metode Penelitian*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2005

- Ngadiman, *Marketing*, Jilid II, Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional, 2008
- Nugroho, Susanti Adi, *Proses Penyelesaian Sengketa Konsumen Ditinjau dari Hukum Acara Serta Kendala Implementasinya*, Jakarta: Kencana, 2011
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam*, Jakarta: Rajawali Press, 2009
- Sabiq, Sayyid, *Fikih Sunnah*, Bandung: PT. Alma'arif, 1997
- Sahrani, Sohari dan Abdullah, Ru'fah, *Fikih Muamalah*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2011
- Setiadi, Nughoho J, *Perilaku Konsumen (Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran)*, Jakarta: Kencana, 2003
- Sidabalok, Janus, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2010
- Siddiqi, Mohammad Iqbal, *The Penal Law of Islam*, Jakarta: Gali Khatyan, 1994
- Suhendi, Hedi, *Fiqh Muamalat*, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2011
- Suryabrata, Sumadi, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: CV Rajawali Press, 1992
- Susanto, Happy, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Jakarta, Visimedia, 2008
- Trisnawati, Ice, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Perjanjian Jual Beli Dengan Menggunakan Klausula Baku*, Medan: Universitas Sumatera Utara, 2009
- Usman, Rahmadi, *Hukum Ekonomi Dalam Dinamika*, Jakarta: Djambatan, 2000
- Wardani, Hafizha Pramuda, *Analisis Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen*, Skripsi Semarang: Universitas Deponegoro, 2010
- Yaqin, Ainal, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen Dalam Jual Beli Hp Second*, Jurusan Syari'ah (STAIN) Zawiyah Cot Kala Langsa, 2013
- Yunus, Muh, *Islam Dan Kewirausahaan Inovatif*, UIN-Malang Press, 2008

Wawancara

Wawancara dengan Bapak Amin Hasbuan pada tanggal 28 Juli 2016

Wawancara dengan Ibu Sri Kumala Sari pada tanggal 29 Agustus 2016

Wawancara dengan Ibu Nanda Yunita pada tanggal 1 Agustus 2016

Wawancara dengan Ibu Zuraida pada tanggal 6 Agustus 2016

Wawancara dengan Ibu Devi pada tanggal 8 Agustus 2016

Wawancara dengan Ibu Fitria Ningsih pada tanggal 10 Agustus 2016

Wawancara dengan Ibu Fatmawati pada tanggal 11 Agustus 2016

Wawancara dengan Ibu Herlinda Wati pada tanggal 12 Agustus 2016

Wawancara dengan Bapak Suhendra Direktur perumahan PT. Avina Semesta  
Raya Group Pada Tanggal 17 Agustus 2016

Wawancara dengan Bapak Helmi Putra Direktur Perumahan PT. Bumi Megah  
Nusantara Pada Tanggal 20 Agustus 2016

Wawancara dengan Bapak Syahrul *Developer* Perumahan CV. Naura Indah  
Residence Pada Tanggal 23 Agustus 2016

Wawancara dengan Bapak Awaluddin *Developer* Perumahan CV. Arly  
Syamsuddin Pada Tanggal 24 Agustus 2016

Wawancara dengan Tgk. Daud Pada Tanggal 29 Agustus 2016

Wawancara dengan Tgk. Usman Pada Tanggal 30 Agustus 2016