

BAB III

TINJAUAN TEORITIS TENTANG TRANSPARANSI INFORMASI

A. Pengertian Implementasi

Secara umum implementasi diartikan sebagai pelaksanaan atau penerapan.¹ Studi implementasi merupakan suatu kajian mengenai studi kebijakan yang mengarah pada proses pelaksanaan dari suatu kebijakan.

Proses implementasi terdapat tiga unsur yang penting dan mutlak, yaitu:

- a. Adanya program atau kebijakan yang dilaksanakan
- b. *Target groups*, yaitu kelompok masyarakat yang menjadi sasaran, dan diharapkan dapat menerima manfaat dari program tersebut, perubahan atau peningkatan
- c. Unsur pelaksana (implementor), baik organisasi atau perorangan, yang bertanggungjawab dalam pengelolaan, pelaksanaan, dan pengawasan dari proses implementasi tersebut.

Upaya untuk memahami implementasi secara lebih baik dapat dilakukan dengan menggunakan dua pendekatan. Pendekatan pertama yaitu dengan memahami implementasi sebagai bagian dari proses atau siklus kebijakan (*part of the stage of the policy process*). Pendekatan kedua, implementasi dilihat sebagai suatu bidang kajian (*field of study*). Implementasi sebagai suatu studi memiliki berbagai elemen penting, yaitu:

¹ Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005) Ed. Ke-5, cet. Ke-3, h. 427.

Subject matter (ontologi), cara memahami objek yang dipelajari (epistemologi), dan rekomendasi tindakan yang diperlukan (aksiologi).²

B. Pengertian Transparansi Informasi

Kata transparansi dalam Bahasa Indonesia berarti sifat tembus cahaya, nyata, dan jelas. Definisi lain diartikan sebagai mudah dimengerti, secara jelas sehingga kebenaran dibaliknya mudah kelihatan, sesuatu yang tidak mengandung kesalahan dan keraguan atau keterbukaan dalam melaksanakan proses pengambilan keputusan dan keterbukaan dalam mengemukakan informasi materil dan relevan mengenai perusahaan.³

Basel comitte mendefinisikan transparansi sebagai suatu kegiatan untuk menyampaikan informasi yang dapat dipercaya dan tepat waktu kepada publik, sehingga memungkinkan bagi para pengguna informasi untuk memanfaatkannya sesuai dengan kebutuhan. Proses penyampaian informasi tersebut bukanlah hasil dari transparansi, transparansi dapat diraih jika pihak bank mampu menyediakan informasi yang relevan, akurat, tepat waktu dan sesuai dengan definisi sebagaimana yang telah disebutkan.⁴

Prinsip transparansi yang ditandai dengan tersedianya informasi tepat waktu, relevan dan akurat bagi pelaku pasar merupakan salah satu syarat agar disiplin pasar dapat berfungsi secara efektif. Penerapan transparansi (keterbukaan) merupakan salah satu aspek penting dalam

² *Ibid.*, h. 21-23.

³ Pasal 3, Keputusan Menteri BUMN no.117/M-BU/2002 tentang *Penerapan Praktik Good Governance pada BUMN*.

⁴ M.Umar Chapra, *Corporate Governance Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008),h. 87.

pencapaian GCG pada industri perbankan.

Pengertian Informasi menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah penerangan, pemberitahuan, kabar atau berita tentang sesuatu.⁵ Informasi adalah keterangan, pernyataan, gagasan, dan tanda-tanda yang mengandung nilai, makna dan pesan baik fakta maupun penjelasannya yang dapat dilihat, didengar, dan dibaca yang disajikan dalam berbagai kemasan dan format yang sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi secara elektronik maupun non elektronik.⁶ Secara umum, informasi yang disampaikan kepada konsumen dilakukan dengan cara merepresentasikan suatu produk dengan berbagai cara dan media.⁷

Joseph Stiglitz dalam beberapa literatur telah menyatakan pentingnya informasi dalam suatu proses pembuatan kebijakan. Ia menganalogikan informasi seperti uang, aset atau sumber daya lainnya. Menurutnya, kerugian ekonomi (*economic losses*) dalam masyarakat disebabkan oleh informasi yang asimetris atau informasi yang kurang sempurna. Informasi memiliki fungsi yang sangat luas yang dapat mencakup berbagai aspek. Baik ekonomi, sosial, bahkan politik. Ketiadaan informasi akan membuat seseorang lemah dalam pengambilan keputusan.⁸

Transparansi Informasi kepada nasabah yang dimaksud adalah berupa penyampaian mengenai informasi apa saja yang harus diketahui oleh

⁵ Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan Bahasa, *Op.cit.*,h. 960.

⁶ Pasal 1 Ayat (1), *Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik*.

⁷ Ahmadi Miru, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), h.105.

⁸ M.Umar Chapra, *Op.Cit.*, h.90.

nasabah mengenai suatu produk. Informasi yang harus diketahui nasabah pada produk tidak hanya pada saat nasabah tersebut telah memilih untuk membeli atau mengikuti salah satu produknya tetapi penyampaian informasi yang transparan harus secara jelas disampaikan oleh staf bank sebelum dilakukannya persetujuan pembelian atau keikutsertaan nasabah atas suatu produk.

Jadi dapat disimpulkan yang dimaksud dengan implementasi transparansi informasi sehubungan dengan produk pendanaan bank yaitu penyampaian keterangan atau penerangan / pemberitahuan yang mengandung nilai, makna, dan pesan, baik fakta maupun penjelasannya yang dapat dilihat, didengar, dan dibaca yang disajikan dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi secara elektronik atau non elektronik mengenai karakteristik produk pendanaan bank.

C. Urgensi Transparansi Informasi Pada Perbankan Syariah

Dunia pemasaran sering kali diidentikkan dengan dunia yang penuh janji manis namun belum tentu terbukti apakah produknya sesuai dengan apa yang telah dijanjikan. Inilah yang harus dibuktikan dalam suatu manajemen pemasaran syariah, bahwa pemasaran syariah bukanlah dunia yang penuh dengan tipu menipu. Sebab pemasaran syariah merupakan tingkatan paling tinggi dalam pemasaran, yaitu spiritual marketing, dimana etika, nilai-nilai dan norma dijunjung tinggi. Hal-hal inilah yang sering kali dilanggar oleh pemasaran konvensional, sehingga menyebabkan konsumen

pada akhirnya banyak yang kecewa pada produk atau jasa yang telah dibeli karena berbeda dengan apa yang telah dijanjikan oleh para pemasar.⁹

Penyampaian informasi kepada konsumen mengenai suatu produk bertujuan agar konsumen tidak salah terhadap gambaran mengenai produk tertentu. Penyampaian informasi terhadap konsumen tersebut dapat berupa representasi, peringatan maupun berupa instruksi. Perlunya representasi yang benar terhadap suatu produk, karena salah satu penyebab terjadinya kerugian terhadap konsumen adalah terjadinya misrepresentasi terhadap produk tertentu. Dengan demikian, masalah dasar dari misrepresentasi adalah dampak dari suatu pernyataan yang disampaikan sebelum terjadinya perjanjian.¹⁰

Hak atas informasi yang jelas dan benar dimaksudkan agar nasabah dapat memperoleh gambaran yang benar tentang suatu produk, karena dengan informasi tersebut, nasabah dapat memilih produk yang diinginkan atau sesuai dengan kebutuhannya serta terhindar dari kerugian akibat kesalahan dalam penggunaan produk.¹¹

Pemberian informasi yang jelas bagi nasabah bukan hanya tugas dari pelaku usaha semata-mata, melainkan juga tugas nasabah untuk mencari apa dan bagaimana informasi yang dianggap relevan yang dapat dipergunakan untuk membuat suatu keputusan tentang penggunaan, pemanfaatan maupun

⁹ Nurrianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Jakarta: CV. Alfabeta, 2008), h.5.

¹⁰ Ahmadi Miru, *Op.cit.*,h 55.

¹¹ Ahmadi Miru, *Op.cit.*, h. 104.

pemakaian produk atau jasa tertentu. Beberapa etika yang harus diperhatikan oleh perbankan yang berkaitan dengan informasi secara umum adalah¹² :

1. Menciptakan suasana terbuka, transparan, dan bertanggung jawab.
2. Membuat informasi yang benar dan jujur.
3. Membuat laporan yang benar.
4. Tidak melakukan penipuan dan pemalsuan laporan atas bukti.
5. Memberikan pertanggung jawaban yang rutin dan tepat waktu.

Atas dasar alasan inilah, transparansi merupakan faktor yang paling penting bagi semua pelaku pasar. Terlebih jika pelaku pasar yang menggunakan mekanisme *profit and loss sharing* seperti mekanisme yang juga dianut oleh perbankan syariah, dimana deposan atau nasabah bank syariah yang menanamkan investasinya memiliki potensi untuk menanggung resiko kerugian. Dengan demikian, deposan atau nasabah perbankan syariah sangat membutuhkan transparansi informasi yang terkait dengan produk bank sehingga ia dapat menentukan wahana investasinya pada bank syariah yang memiliki produk dan kinerja yang terbaik.¹³

D. Ketentuan Transparansi Informasi Produk Bank

Salah satu bentuk penyampaian informasi yang sering digunakan Bank adalah media iklan yang merupakan alat bagi bank untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat agar dapat mempengaruhi kecenderungan masyarakat untuk menggunakan produknya. Demikian pula

¹² Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), h. 106.

¹³ M.Umar Chapra, *Op.cit.*, h. 86.

sebaliknya, masyarakat akan memperoleh gambaran tentang produk yang dipasarkan melalui iklan.¹⁴

Permasalahan antara nasabah dengan bank seringkali diawali karena ketidakseimbangan informasi atas produk bank yang ditransaksikan. Dalam hal ini, nasabah cenderung pada posisi yang lemah, dengan kata lain bank lebih menguasai informasi atas produk yang dikeluarkannya.¹⁵

Oleh karena itu, tidak jarang timbul perselisihan antara bank dengan nasabah yang disebabkan karena adanya kesenjangan informasi mengenai karakteristik produk bank yang ditawarkan bank kepada nasabah. Akibatnya, hak-hak nasabah untuk mendapatkan informasi yang lengkap, akurat, terkini, dan utuh menjadi tidak terpenuhi. Sehingga diperlukan adanya transparansi informasi mengenai produk bank untuk meningkatkan *good governance* di sektor perbankan.¹⁶

Berdasarkan pertimbangan bahwa transparansi informasi merupakan bagian dari *good governance* serta pentingnya memberikan kejelasan mengenai biaya yang melekat pada produk bank, Bank Indonesia menerbitkan PBI No. 7/6/PBI/2005 tentang transparansi informasi produk bank dan penggunaan data pribadi nasabah. Ketentuan tersebut mengatur 2 substansi yaitu transparansi informasi produk dan penggunaan data pribadi

¹⁴ Ahmadi Miru, *Op.cit.*, h. 104.

¹⁵ Bank Indonesia, "Transparansi Produk", artikel diakses pada 8 April 2014 dari <http://bi.go.id/id/iek/Transparansi-Produk/contents/Default.aspx>

¹⁶ Penjelasan atas Peraturan Bank Indonesia Nomor: 7/6/PBI/2005 alinea 1 tentang *Transparansi Informasi Produk Bank Dan Penggunaan Data Pribadi Nasabah*.

nasabah. Sesuai ketentuan transparansi informasi produk bank, bank memiliki berbagai kewajiban yaitu:

1. Menyediakan informasi lisan dan/atau tertulis dalam bahasa Indonesia secara lengkap dan jelas mengenai karakteristik produk.¹⁷

Informasi yang disampaikan kepada nasabah harus jelas penyampaian atau pengungkapannya dengan menggunakan bahasa Indonesia. Dasar pemikiran penggunaan bahasa Indonesia adalah bahwa di Indonesia bahasa yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari adalah bahasa Indonesia dan tidak semua masyarakat Indonesia mengerti bahasa asing. Dengan menggunakan bahasa Indonesia nasabah dapat lebih memahami informasi yang diberikan oleh bank mengenai produk-produknya, sehingga nasabah dapat lebih berhati-hati dalam memilih produk bank yang akan dimanfaatkan.

Informasi tertulis yang diberikan oleh pihak bank antara lain dalam bentuk *leaflet*, brosur, atau bentuk tertulis lainnya. Sedangkan informasi secara lisan kepada nasabah dapat dilakukan dengan menjelaskan ringkasan karakteristik Produk Bank, dengan tetap memperhatikan kelengkapan informasi yang disampaikan. Dalam melaksanakan aktivitas dimaksud, bank dilarang menyampaikan informasi yang menyesatkan (*misleading*) dan/atau tidak etis (*misconduct*).

¹⁷ *Ibid*, Pasal 4.

Bank memberikan informasi yang akurat dan sebenarnya mengenai produk bank yang akan dimanfaatkan nasabah dengan memenuhi etika penyampaian informasi yang berlaku umum. Pemberian informasi dianggap menyesatkan (*mislead*) apabila bank memberikan informasi yang tidak sesuai dengan fakta, misalnya menyebutkan produk reksadana sebagai deposito. pemberian informasi dianggap tidak etis (*misconduct*) antara lain apabila memberikan penilaian negatif terhadap produk bank lain. Penyampaian informasi yang dimaksud meliputi¹⁸:

- a) Nama dan jenis produk bank;

Nama dan jenis Produk Bank mengacu kepada kegiatan usaha Bank sebagaimana tercantum dalam ketentuan perundang-undangan yang berlaku seperti giro, tabungan, deposito, kredit/pembiayaan, reksa dana dan *bancassurance*.

- b) Perhitungan bunga atau bagi hasil dan margin keuntungan;

Bagi Bank yang menjalankan kegiatan usaha secara konvensional, informasi yang disampaikan mencakup metode perhitungan bunga untuk produk bank, baik untuk produk bank yang terkait dengan penghimpunan maupun penyaluran dana sedangkan bagi bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, informasi yang disampaikan mencakup metode perhitungan bagi hasil untuk produk bank

¹⁸ *Ibid*, Pasal 5.

yang berupa penghimpunan dana dan metode perhitungan margin.

- c) Manfaat dan biaya yang melekat pada produk bank;

Bank wajib menjelaskan secara rinci setiap manfaat yang dapat diperoleh nasabah dari suatu produk bank dan biaya yang harus dibayar oleh nasabah dalam masa penggunaan produk bank. Biaya pada produk bank yaitu beban finansial yang harus dibayar nasabah sehubungan dengan pemanfaatan produk bank.

- d) Persyaratan dan tata cara penggunaan produk bank;

Persyaratan dan tata cara penggunaan produk bank mencakup antara lain dokumen yang diperlukan, mekanisme dan prosedur transaksi yang berkaitan dengan produk bank.

2. Memberitahukan kepada nasabah setiap perubahan, penambahan, dan/atau pengurangan pada karakteristik produk bank.¹⁹

Pemberitahuan wajib dilakukan kepada nasabah yang sedang memanfaatkan produk paling lambat 7 hari kerja sebelum berlakunya perubahan, penambahan, dan/atau pengurangan pada karakteristik produk tersebut. Untuk Produk Bank tertentu yang frekuensi perubahan karakteristiknya relatif tinggi, seperti perubahan suku bunga tabungan, pemberitahuan dapat dilakukan melalui pengumuman di kantor bank dan atau media lain yang mudah diakses oleh nasabah.

¹⁹ *Ibid*, Pasal 6.

3. Menyediakan informasi dengan pengungkapan yang jelas²⁰

Bank dilarang mencantumkan informasi dan/atau keterangan mengenai karakteristik produk bank yang letak dan/atau bentuknya sulit terlihat dan/atau tidak dapat dibaca secara jelas dan/atau yang pengungkapannya sulit dimengerti. Penempatan tulisan, bentuk huruf, dan warna tulisan dalam penjelasan karakteristik Produk Bank disajikan secara proporsional dan wajar sehingga mudah dibaca. Kalimat yang digunakan dalam menjelaskan Produk Bank disajikan secara singkat dan jelas sehingga mudah dimengerti.

4. Menyediakan layanan informasi karakteristik produk bank yang diperoleh secara mudah oleh masyarakat.²¹

Layanan informasi dapat berupa publikasi tertulis di setiap Kantor Bank dan atau dalam bentuk informasi secara elektronik yang disediakan melalui *hotline service / call center atau website*.

Mengingat ketentuan tersebut bersifat mengikat seluruh bank maka bank yang melanggar akan dikenakan sanksi oleh Bank Indonesia (saat ini fungsi tersebut dilaksanakan oleh Otoritas Jasa Keuangan). Sanksi dapat berupa teguran tertulis dan/atau perhitungan dalam komponen tingkat kesehatan bank.²²

²⁰ *Ibid*, Pasal 7.

²¹ *Ibid*, Pasal 8.

²² *Ibid*, Pasal 12 angka 1.

Berikut beberapa sifat transaksi syariah menurut PSAK dan sumber lainnya yang berkaitan dengan transparansi informasi produk perbankan²³:

1. Transaksi dilakukan dengan ridha, tidak ada merasa dipaksa, terpaksa, tertekan, tetapi saling ridha atau istilah modernnya adalah *satisfaction guarantee*
2. Kebebasan bertransaksi sepanjang objeknya halal dan baik
3. Uang berfungsi sebagai alat tukar, satuan pengukur nilai
4. Tidak mengandung unsur riba, zhalim, maysir, gharar dan haram
5. Setiap transaksi yang menghasilkan laba harus mengandung risiko, risiko tidak bisa dibebankan kepada satu pihak saja
6. Setiap transaksi harus dilakukan sesuai dengan akad perjanjian yang jelas di awal
7. Tidak ada distorsi apapun yang dilakukan melalui rekayasa permintaan dan penawaran
8. Transaksi tidak boleh dilakukan dengan melibatkan tindakan suap menyuap atau bentuk kolusi lainnya
9. Informasi pasar harus terbuka, transparan, dan simetris untuk semua pihak tidak terjadi *asymmetric information* baik di pasar maupun dalam publikasi

²³ Sofyan S. Harahap, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), h 120.

E. Upaya Perlindungan Konsumen Melalui Prinsip Transparansi Informasi

Kontrak atau perjanjian pada dasarnya dibuat berlandaskan pada asas kebebasan berkontrak di antara dua pihak yang memiliki kedudukan seimbang dan kedua pihak berusaha mencapai kata sepakat melalui proses negosiasi. Dalam perkembangannya, banyak perjanjian dalam transaksi bisnis bukan terjadi melalui negosiasi yang seimbang di antara para pihak karena salah satu pihak tidak memberikan informasi secara *detail*. Salah satu pihak telah menyiapkan syarat-syarat baku pada formulir perjanjian yang sudah ada kemudian disodorkan kepada pihak lain untuk disetujui dengan hampir tidak memberikan kebebasan sama sekali kepada pihak lainnya untuk melakukan negosiasi atas syarat-syarat yang disodorkan.²⁴

Istilah perlindungan konsumen identik dengan perlindungan hukum, adapun materi yang mendapatkan perlindungan itu bukan sekedar fisik, melainkan hak-hak yang bersifat abstrak. Dengan kata lain, perlindungan konsumen sesungguhnya identik dengan perlindungan yang diberikan terhadap hak-hak konsumen. Konsumen jasa perbankan dikenal dengan sebutan nasabah. Nasabah dalam konteks Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 atas perubahan Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang konsumen perbankan yang dibedakan menjadi dua macam, yaitu nasabah penyimpan dan nasabah debitur.

²⁴ Sutan Remy Sjahdeini, *Kebebasan Berkontrak dan Perlindungan Yang Seimbang Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Kredit Bank di Indonesia*, (Jakarta: Institut Bankir Indonesia, 1993), hal. 65-66.

Nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan. Sedangkan nasabah debitur adalah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan prinsip syariah atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.

Salah satu hak konsumen yaitu hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai barang atau jasa, hal ini dimaksudkan untuk mencegah konsumen dari kerugian. Selain memperoleh hak-hak tersebut, konsumen juga memiliki kewajiban untuk²⁵ :

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

Salah satu jenis bidang hukum perlindungan konsumen adalah bidang perbankan syariah, nasabah selaku konsumen produk dan jasa investasi perbankan syariah mempunyai hak-hak yang harus dipenuhi dan dilindungi. Hak ini muncul dari perjanjian antara pihak manajemen bank dan nasabah akibat adanya akad atau perjanjian transaksi produk barang dan jasa

²⁵ Pasal 5 Undang-undang No 8 Tahun 1999 tentang *Perlindungan Konsumen*.

investasi. Perlindungan konsumen mencakup makna yang sangat luas, yang didefinisikan sebagai segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen.²⁶ Perlindungan hak-hak konsumen berbeda dengan istilah perlindungan hak-hak konsumen dalam Islam. Namun jika dikaji secara mendalam dari sisi pengaturan, nilai dan tujuan memiliki peran dan fungsi yang sama dalam perlindungan hak-hak konsumen.²⁷

Dalam konteks inilah, hukum perlindungan konsumen menempati kajian yang sangat signifikan dimana setiap manusia mendapat perlindungan dan otoritas terhadap harta mereka. Demikian pula pada masalah produk dan jasa perbankan syariah yang menempatkan konsumen sebagai investor yang harus dilindungi segala hak dan kepentingannya.

F. Konsep Transparansi Informasi Menurut Ekonomi Islam

Syari'ah Islam adalah kode hukum dan kode moral sekaligus. Ia merupakan pola yang luas tentang tingkah laku manusia yang berasal dari otoritas kehendak Allah yang tertinggi, sehingga garis pemisah antara hukum dan moralitas sama sekali tidak bisa ditarik secara jelas seperti pada masyarakat barat pada umumnya.²⁸

²⁶ Pasal 1, butir (1) Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang *Ketentuan umum, Perlindungan Konsumen*.

²⁷ Zulham, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), h.62

²⁸ Fathurrahman Djamil, *Filsafat Hukum Islam*, (Jakarta : Logos Wacana Ilmu, 1997), hlm.154.

Dalam Ekonomi Islam, kondisi ideal dalam transaksi yaitu masing-masing pihak yang melaksanakannya mempunyai informasi yang sama terhadap objek akad, sehingga terjadi kerelaan dari masing-masing pihak (*antharadin minkum*).²⁹ Objek akad harus diketahui dengan jelas oleh para pihak sedemikian rupa sehingga tidak menimbulkan sengketa. Ketidakjelasan kecil (sedikit) yang tidak membawa kepada persengketaan tidak membatalkan akad. Ahli-ahli hukum Hanafi menjadikan adat kebiasaan dalam masyarakat sebagai ukuran menentukan menyolok atau tidaknya suatu ketidakjelasan.³⁰

Kejelasan informasi dalam muamalah atau interaksi sosial merupakan hal mutlak yang harus dipenuhi agar setiap pihak tidak dirugikan. Setiap pihak yang bertransaksi seharusnya memiliki informasi relevan yang sama sebelum dan saat bertransaksi baik informasi mengenai objek, pelaku transaksi atau akad transaksi. Lebih jauh lagi untuk terwujudnya transparansi, maka perlu memberi akses bagi pihak-pihak yang berkepentingan untuk mengetahui berbagai informasi penting yang terkait dalam setiap transaksi.³¹

Seringkali para pihak memasukkan klausul-klausul yang berkaitan dengan objek akad dalam akad yang mereka buat, klausul tersebut di dalam hukum perjanjian syariah disebut syarat-syarat penyerta akad atau syarat-

²⁹ Fatturahman Djamil, *Penerapan Hukum Perjanjian dalam Transaksi di Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2007), h. 41.

³⁰ Syamsul Anwar, *Hukum Perjanjian Syariah Studi Tentang Teori Akad Dalam Fiqih Muamalat*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), h. 202.

³¹ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), h. 69.

syarat yang berbarengan dengan akad (*asy-syuruth al-muqtarinah bi al`aqd*). Syarat-syarat penyerta akad ini ada yang sah untuk diperjanjikan dan ada yang tidak sah untuk diperjanjikan. Yang tidak sah untuk diperjanjikan disebut syarat-syarat *fasid*. Syarat-syarat yang tidak sah ini adalah syarat-syarat pemasukannya dalam akad mengakibatkan terjadinya *gharar* atau syarat-syarat itu sendiri bertentangan dengan ketertiban umum syariah atau kesusilaan syaria. Islam melarang transaksi yang sekadar membawa kondisi kepada keraguan yang bisa menyesatkan (*gharar*).

Meskipun secara faktual jarang terjadi keseimbangan antara para pihak dalam bertransaksi, namun hukum perjanjian Islam tetap menekankan perlunya keseimbangan itu, baik keseimbangan antara apa yang diberikan dan apa yang diterima maupun keseimbangan dalam memikul risiko. Asas-asas hukum Islam menyangkut perjanjian menekankan keadilan dan keseimbangan posisi para pihak.³²

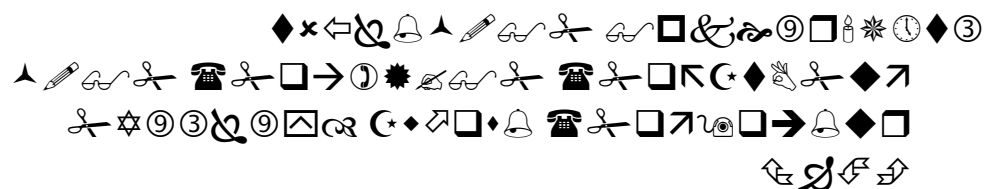
Ketidakseimbangan prestasi dalam hukum perjanjian Islam disebut *al-gabn*. Dengan ketidakseimbangan prestasi (*al-gabn*) dimaksudkan ketidakseimbangan antara nilai dari apa yang diterima salah satu pihak dalam akad dengan nilai apa yang diberikan. Dalam hukum perjanjian termasuk hukum perjanjian Islam tidak ada tuntutan agar kedua pihak harus sama secara mutlak nilainya, karena masalah transaksi diserahkan kepada persetujuan dan kerelaan para pihak sendiri.³³

³² *ibid.*, h 323.

³³ *Ibid.*, h.185.

Dalam kaitannya dengan penghimpunaan dana hubungan bank syariah dengan nasabah pengimpunan dana (deposan), merupakan hubungan kemitraan, karena sesuai dengan prinsipnya semua pekerjaan dalam pengelolaan dana diserahkan sepenuhnya kepada bank syariah sehingga bank syariah sebagai pemegang amanah harus menerapkan prinsip keterbukaan, kepercayaan, keadilan dan transparansi, terutama hal-hal yang berkaitan dengan pembagian hasil usaha (profit distribusi) karena nasib para deposan sangat tergantung pada hasil pengelolaan dana yang dilakukan oleh bank syariah, sehingga apa yang dialami oleh bank syariah dapat diketahui oleh deposan. Sesuai dengan prinsip *mudharabah*, pekerjaan sepenuhnya diserahkan kepada pengelolaan dana, hal ini sangat diperlukan kejujuran, keterbukaan dan keadilan.³⁴

Kejujuran merupakan hal yang prinsip bagi manusia dalam segala aspek bidang kehidupan, termasuk di dalam penyusunan kontrak muamalah. Jika kejujuran tidak diamalkan dalam penyusunan kontrak, maka akan merusak keridhaannya (*uyub al-ridha*). Di samping itu, ketidakjujuran di dalam penyusunan perjanjian akan berakibat perselisihan di antara para pihak. Allah berfirman dalam surat Al-Ahzab (33) ayat 70;



Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah, dan berkatalah perkataan yang benar"

³⁴ Muhammad Yusuf, *Bisnis Syariah*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011), h. 85.

Berdasarkan kutipan ayat Al Quran tersebut, diketahui bahwa di dalam hukum kontrak syariah sangat menekankan adanya prinsip kejujuran yang hakiki, karena hanya dengan prinsip kejujuran itulah keridhaan dari para pihak yang membuat perjanjian dapat terwujud.³⁵

Nilai-nilai yang terkait dengan kejujuran dan yang melengkapinya adalah amanah (terpercaya). Konsekuensinya adalah mengembalikan setiap hak kepada pemiliknya baik sedikit maupun banyak, tidak mengambil lebih banyak dari yang menjadi haknya tidak mengutang hak orang lain.³⁶ Dalam akad amanah salah satu pihak selalu berkedudukan lemah karena ia tidak mempunyai informasi yang cukup tentang produk dan jasa yang menjadi objek transaksi. Oleh karena itu ridha atau persetujuannya sangat ditentukan oleh informasi yang jujur dari mitra janjinya.³⁷

Disamping itu, masalah perlindungan konsumen pada produk dan jasa perbankan syariah ini juga ditunjang dengan adanya bentuk metode penetapan hukum yang selaras dan sesuai dengan hukum Islam yaitu *maslahat marsalah* yang merupakan pertimbangan aspek kepentingan masyarakat umum yang bertujuan untuk mewujudkan kemaslahatan dan menghindari kemudharatan. Dimana didalamnya terdapat lima wujud perlindungan umum yaitu melindungi agama, jiwa, akal, keturunan dan

³⁵ Abdul Ghofur Anshori, *Hukum Perjanjian Islam di Indonesia (Konsep, Regulasi dan Implementasi)*, (Gadjah Mada University Press, Yogyakarta, 2006), h. 46.

³⁶ Jumasliani, *Bisnis Berbasis Syariah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), h. 35

³⁷ Syamsul Anwar, *Op.cit.*, h. 135.

harta yang berhubungan langsung maupun tidak langsung dengan hak nasabah selaku konsumen pada produk dan jasa perbankan syariah.³⁸

Prinsip-prinsip perlindungan hukum yang terdapat dalam khazanah keilmuan fikih Ekonomi Islam diantaranya adalah adanya prinsip kebenaran dalam pelaksanaan transaksi ekonomi. Bahwa kebenaran harus dijunjung tinggi guna menciptakan keadilan bagi semua pihak. Islam sendiri juga mengenal adanya perlindungan konsumen sebagaimana firman Allah SWT dalam surat An Nisa (4) ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ...

Artinya: ” Hai orang-orang yang beriman janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan dengan cara yang bathil, melainkan hanya dengan perniagaan dengan jalan suka sama suka diantara kamu”

Kata *al-bhatil* berasal dari *al-abuthli* dan *al-butlan*, berarti kesia-siaan dan kerugian. Menurut syara' adalah mengambil harta tanpa pengganti hakiki yang biasa, dan keridhaan dari pemilik harta yang diambil itu, atau menafkahkan harta pada jalan yang bermanfaat, maka termasuk ke dalam hal ini adalah lotre, penipuan dalam jual beli, riba, dan menafkahkan harta pada jalan-jalan yang diharamkan, serta pemborosan dengan mengeluarkan harta untuk hal-hal yang tidak dibenarkan oleh akal. Kata “*binakum*” menunjukkan bahwa harta yang haram biasanya menjadi pangkal

³⁸ Ahmad Azhar Basyir, *Asas-asas Hukum Muamalat: Hukum Perdata Islam* (Yogyakarta: UII Press, 2000), h.5.

persengketaan di dalam transaksi antara orang yang memakan dengan orang yang hartanya dimakan.³⁹

Di dalam fikih perbuatan-perbuatan yang membawa mudarat kepada orang lain disebut: “sewenang-wenang dalam menggunakan hak”. Perbuatan tersebut dilarang oleh syara'.⁴⁰ Namun demikian, ada dua tindakan seseorang yang tidak digolongkan ke dalam perbuatan sewenang-wenang, yaitu :⁴¹

- a. Jika dalam menggunakan hak tersebut menurut kebiasaan tidak mungkin menghindarkan kemaslahatan bagi orang lain.
- b. Jika dalam menggunakan hak itu telah dilakukan secara hati-hati, tetapi menimbulkan madlarat bagi orang lain, maka tidak termasuk tindakan sewenang-wenang dan tidak dapat diminta pertanggungjawabannya secara perdata.

Perlindungan yang harus diberikan bukan hanya yang berhubungan dengan kualitas dan kuantitas produk dan jasa, tapi juga berkenaan dengan kecacatan atau kekurangan produk seperti besar kecilnya biaya dan risiko produk. Sehingga dengan adanya informasi yang benar tersebut, maka sesuai dengan adanya hak *khiyar* bagi konsumen dalam bertransaksi. Dalam kehidupan masa kini banyak sekali objek transaksi yang dihasilkan oleh satu pihak melalui suatu keahlian dan profesionalisme yang tinggi sehingga

³⁹ Ahmad Musthafa Al –Maraghi, *Terjemah Tafsir Al – Maragh, jilid 5*(Semarang: Toha Putra), h.25.

⁴⁰ M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2003), h. 16.

⁴¹ *Ibid.*, h. 24.

ketika ditransaksikan, pihak lain yang menjadi mitra transaksi tidak banyak mengetahui seluk beluknya. Oleh karena itu, ia sangat bergantung pada pihak yang menguasainya.⁴²

Atas kaidah-kaidah hukum diatas, maka secara teoritis maupun praktis hak konsumen atau nasabah pada produk dan jasa perbankan syariah sangat terlindungi yang mana didasarkan pada adanya prinsip-prinsip perlindungan konsumen yang terdapat dalam fikih Ekonomi Islam.

⁴² Syamsul Anwar, *Op.cit.*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007),h.91.