

BAB III

TINJAUAN TEORITIS TENTANG PELAKSANAAN DAN PENGAWASAN BALAI BESAR POM

A. Tinjauan Umum Perlindungan Konsumen

1. Pengertian konsumen

Kata konsumen merupakan istilah yang biasa digunakan masyarakat untuk orang yang mengonsumsi atau memanfaatkan suatu barang atau jasa. Selain itu sebagian orang juga memberi batasan pengertian konsumen yaitu orang yang memiliki hubungan langsung antara penjual dan pembeli yang kemudian disebut konsumen.¹ Dalam konteks barang atau jasa yang dibeli kemudian digunakan langsung oleh individu dan sering disebut sebagai “pemakai akhir” atau “konsumen akhir”.²

2. Perlindungan Konsumen dan Hukum Perlindungan Konsumen

Dalam kegiatan bisnis terdapat hubungan yang saling membutuhkan antara pelaku usaha dan konsumen. Kepentingan pelaku usaha adalah memperoleh laba (*profit*) dari transaksi dengan konsumen, sedangkan kepentingan konsumen adalah memperoleh kepuasan melalui pemenuhan kebutuhannya terhadap produk tertentu.

Dalam hubungan yang demikian sering kali terdapat ketidaksetaraan antara keduanya. Konsumen biasanya berada dalam posisi yang lemah dan karenanya dapat menjadi sasaran eksploitasi dari pelaku usaha yang secara sosial dan

¹Andi Kurniasasri. 2013. Skripsi: Perlindungan konsumen atas kode badan pengawas obat dan makanan (pom) pada produk kopi. Makasar. h, 9.

²Ujang Sumarman, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004), h. 24.

ekonomi mempunyai posisi yang kuat. Dengan perkataan lain, konsumen adalah pihak yang rentan dieksploitasi oleh pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan bisnisnya.

Untuk melindungi atau memberdayakan konsumen diperlukan seperangkat aturan hukum. Oleh karena itu, diperlukan adanya campur tangan negara melalui penerapan sistem perlindungan hukum terhadap konsumen.

Berkaitan dengan itu disahkan Undang- Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.³

Menurut Undang- Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang dimaksud dengan perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.

Dalam bukunya, *Pengantar Hukum Bisnis*, Munir Fuady mengemukakan bahwa konsumen adalah pengguna akhir (*end user*) dari suatu produk, yaitu setiap pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain, dan tidak untuk diperdagangkan.

Sedangkan, yang dimaksud dengan pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui

³Abdul R. Saliman, *Hukum Bisnis Untuk Perusahaan*,(Jakarta: Prenada media Group, 2010), h. 209.

perjanjian, menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. (Pasal 1 UUPK).⁴

3. Asas- asas Perlindungan Konsumen

Kemudian dalam Pasal 2 UUPK Nomor 8 menyatakan bahwa perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha berdasarkan lima asas yang relevan dalam pembangunan nasional, yaitu :

a. Asas manfaat

Dimaksud untuk menggambarkan bahwa segala upaya dalam menyelenggarakan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan.

b. Asas keadilan

Dimaksudkan agar partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil.

c. Asas keseimbangan

Dimaksud untuk memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materi dan spiritual.

d. Asas keamanan dan keselamatan konsumen

Dimaksudkan untuk memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalam penggunaan, pemakaian, dan pemanfaatan barang atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan.⁵

e. Asas kepastian hukum

⁴*Ibid*, h. 210.

⁵Ahmadi Miru, N dkk, *Hukum Perlindungan Konsumen*,(Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), h. 25.

Dimaksudkan agar pelaku usaha maupun konsumen menaati hukum dan memperoleh keadilan dalam menyelenggarakan perlindungan konsume, serta negara menjamin kepastian hukum.⁶

4. Barang dan Jasa

Pengertian barang dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen nomor 8 Tahun 1999 Pasal 1 angka (4), yaitu setiap benda baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, dapat dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.⁷

Pengertian jasa dalam Undang-undang Perlindungan Konsumen Pasal 1 Angka (5), yaitu setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat untuk dimanfaatkan oleh konsumen.⁸

5. Hak dan Kewajiban Konsumen

a. Konsumen

Kemajuan teknologi dan informasi dalam era globalisasi berdampak pada perkembangan bidang perindustrian dan perdagangan yang pada akhirnya menghasilkan berbagai variasi barang atau jasa yang dapat dikonsumsi. Begitu juga arus transaksi barang atau jasa antar negara sangat bervariasi.

Kondisi seperti ini menimbulkan manfaat bagi konsumen karena dapat mengadakan pilihan barang atau jasa yang diinginkan dan sesuai dengan kemampuannya, akan tetapi di lain pihak kondisi dan fenomena seperti ini mengakibatkan kedudukan konsumen dan produsen menjadi tidak seimbang.

⁶Abdul R. Saliman, 2010, *Op. Cit.* h. 26.

⁷Ahmadi Miru, N dkk, 2004, *Log. Cit.* h. 11.

⁸Ahmadi Miru, N dkk, 2004, *Log. Cit.* h. 13.

Konsumen berada pada kedudukan yang lemah, konsumen menjadi objek aktivitas untuk meraup keuntungan yang tinggi oleh produsen melalui promosi, penjualan serta penerapan perjanjian standar yang merugikan.

Dalam kegiatan ekonomi perdagangan pada umumnya pihak konsumen mempunyai posisi tawar yang lebih lemah dibanding dengan produsen sehingga konsumen kadang-kadang tidak dapat berbuat banyak ketika menerima barang atau jasa yang kondisinya kurang sesuai dengan yang ditawarkan oleh produsen.

Melihat kondisi seperti ini maka konsumen harus mendapat perlindungan, para produsen harus memperlakukan konsumen dengan baik dan tidak boleh berkolusi dengan produsen lain.⁹

UU Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 mengatur tentang hak dan kewajiban masing-masing pihak begitu pula larangan-larangannya sampai mekanisme penyelesaian sengketa. Diharapkan dengan diterapkannya undang-undang ini tidak ada lagi produk barang atau jasa yang dijual yang dapat merugikan konsumen.

Beberapa hak konsumen yaitu sebagai berikut :

- 1) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam menggunakan barang atau jasa.
- 2) Hak untuk memilih barang atau jasa serta mendapatkan barang atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.

⁹Edi Setiadi, *Hukum Pidana Ekonomi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h. 177.

- 3) Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa.
- 4) Hak untuk di dengar pendapat dan keluhannya atas barang atau jasa yang digunakan hak untuk mendapatkan kompensasi atau ganti rugi atau penggantian, apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.¹⁰
- 5) Hak untuk mendapat advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- 6) Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen
- 7) Hak untuk diberlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
- 8) Hak untuk mendapat kompensasi, ganti rugi atau penggantian, apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
- 9) Hak-hak diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.¹¹

Beberapa kewajiban konsumen yaitu sebagai berikut :

- 1) Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang atau jasa, demi keamanan dan keselamatan.
- 2) Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang atau jasa.
- 3) Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.¹²

¹⁰*Ibid.* h. 178.

¹¹Ahmadi Miru, Ndkk, 2004, *Op. Cit*, h. 38.

¹²Abdul R. Saliman, 2010, *Op. Cit*, h. 212.

4) Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.¹³

Adapun pentingnya kewajiban ini karena sering pelaku usaha telah menyampaikan peringatan secara jelas pada label suatu produk, namun konsumen tidak membaca peringatan yang telah disampaikan kepadanya. Dengan pengaturan kewajiban ini, memberikan konsekuensi pelaku usaha tidak bertanggung jawab, jika konsumen yang bersangkutan menderita kerugian akibat mengabaikan kewajiban tersebut.¹⁴

B. Tinjauan Umum dalam Ekonomi Islam

1. Pengawasan dalam Islam

Islam tidak menganggap bahwa pasar adalah sebuah mekanisme yang sudah sempurna sehingga menjadi satu-satunya mekanisme distribusi dan alokasi sumber daya ekonomi. Islam tidak memahami secara sempit *invisible hand* yang mengatur pasar, sehingga seolah-olah ia telah menjadi mekanisme yang serba otomatis. Di dalam peranannya mengawasi pasar, pemerintah bukan hanya bertindak sebagai “wasit” atas permainan pasar atau *at muthashib* saja, tetapi ia akan berperan aktif bersama pelaku-pelaku pasar lain (*co-existing*). Pemerintah akan bertindak sebagai perencana, pengawas, *prod user* sekaligus konsumen bagi aktifitas pasar (*Kahf*, 1992 : 150).¹⁵

Eksistensi lembaga otoritas pasar ini menyiratkan bagaimana perekonomian Islam memandang pasar begitu penting dalam aktifitas ekonomi. Pasar merupakan jantung ekonomi. Pasarlah yang dijadikan alat oleh manusia dalam mencapai

¹³Abdul R. Saliman, 2010, *Op. Cit*, h. 213.

¹⁴Ahmadi Miru, N dkk, 2004, *Op. Cit*, h. 48.

¹⁵Mawardi., 2007, *Op Cit*. h. 111.

kesejahteraan dunia demi menjaga posisi setiap manusia agar selalu aman untuk dapat memaksimalkan ibadah kepada Allah SWT.¹⁶

Alasan eksistensi dari lembaga *hisbah* sebagai pengawas pasar juga dikarenakan argumen bahwa pelaku pasar memiliki kecenderungan yang besar untuk berperilaku curang. Misalnya seperti perilaku berbohong atau menipu demi barang dagangannya laku di pasar.¹⁷

2. Fungsi Pengawasan dalam Islam

Fungsi *hisbah* memang terfokus sebagai institusi yang mengawasi pasar, namun dari aplikasi dan data sejarah, fungsi lembaga ini ternyata lebih luas dari sekedar pengawasan pasar. Sebenarnya lebih lebih tepat lembaga ini disebut sebagai lembaga otoritas pasar, karena *hisbah* bukan hanya mengawasi aktifitas pasar tapi juga berfungsi menyediakan fasilitas, infrastruktur atau bahkan mengadili pelaku-pelaku pasar yang melanggar prinsip-prinsip syariah.¹⁸

Jadi sudah seharusnya pemerintah menjamin mekanisme pasar yang baik agar terciptanya keadilan dan kesejahteraan. Seperti peran pemerintah terhadap teknis operasional pasar yaitu sebagai berikut :¹⁹

- a. Secara umum memastikan dan menjaga agar mekanisme pasar dapat bersaing dengan sempurna. Pemerintah harus menjamin kebebasan masuk dan keluar pasar, menghilangkan berbagai hambatan (*barriers*) dalam persaingan seperti monopoli, menyediakan informasi, membongkar penimbunan dan lain sebagainya.

¹⁶Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam 2*,(Pekanbaru: Al-Mujtahadah Press,2014), h.124

¹⁷*Ibid*, h. 26.

¹⁸ *Ibid*, h.27.

¹⁹ Mawardi, *Op Cit*, h. 113.

b. Melembagakan nilai-nilai persaingan yang sehat (*fair play*), kejujuran (*bonesty*), keterbukaan (*transparancy*), dan keadilan (*justice*). Dalam konteks ini pemerintah juga harus menjadi *al muhtashib* yang memiliki wewenang luas dalam mencegah dan menyelesaikan kasus-kasus pelanggaran nilai-nilai ini.

Al-Mawardi menyebutkan bahwa *Hisbah* berfungsi Menjamin berjalannya kebaikan pada saat tingkat kebaikan menurun, dan mencegah kejahatan pada saat tingkat kejahatan meningkat. Sementara itu secara singkat Rabah dalam buku Ibnu Taimiyah tentang *Hisbah*, menyebutkan bahwa fungsi hisbah adalah mencehah perbuatan zalim. Jadi hisbah bukan hanya institusi untuk ekonomi tapi juga untuk bidag hukum, yang kemudian lebih dipadankan pada lembaga kepolisian di dalam sebuah negara. Berdasarkan kajiannya Hafas Furgani (2002) menyebutkan beberapa fungsi *al-Hisbah* yaitu sebagai berikut :

a. Mengawasi timbangan, ukuran dan harga.

Dalam konteks perekonomian kontemporer, *Hisbah* juga mengawasi standar-standar atau parameter-parameter yang menentukan (yang merupakan kesepakatan umum yang diperbolehkan pasar, baik kualitas, kuantitas maupun kehalalannya) atas barang dan jasa atau bahkan sebuah unit usaha dalam aktifitas ekonomi Islam. Meskipun mekanisme pasar Islam menganut pasar bebas (*free market mechanism*), tetap saja *Hisbah* harus mengawasi fluktuasi harga secara umum, terutama harga barang-barang atau jasa-jasa yang menjadi kebutuhan vital masyarakat. Hal ini dilakukan agar kebutuhan dasar masyarakat tidak terganggu karena dapat saja mengacaukan aktifitas ekonomi secara makro.

- b. Mengawasi jual-beli terlarang, praktek riba, maisir, gharar dan penipuan.

Harmonisasi aktifitas ekonomi dengan ketentuan syariat merupakan salah satu perhatian dan fungsi lembaga *Hisbah*. Selain memberikan tuntunan dan penjelasan tentang aktifitas ekonomi, syariah Islam juga memberikan batasan-batasan pelaksanaannya. Batasan-batasan tersebut meliputi berbagai hal seperti bagaimana berjual beli, akad jual beli, pembayaran atau pelunasan, bentuk yang diperjual belikan, informasi tentang barang.²⁰

- c. Mengawasi kehalalan, kesehatan dan kebersihan suatu komoditas.

Dalam rangka menjaga kebersihan dan kemuliaan interaksi ekonomi, lembaga *Hisbah* bukan hanya memastikan agar transaksi ekonomi berjalan sesuai dengan syariah, tapi juga menjamin kalau barang yang diperdagangkan dalam pasar sesuai pula dengan apa yang dibolehkan oleh syariah.

- d. Pengaturan (tata letak) pasar.

Demi kelancaran berlangsungnya transaksi di pasar, dengan mempertimbangkan kebebasan semua pihak untuk ikut serta dalam transaksi di pasar, kebersihan, kesehatan, hak dan kewajiban pihak dan lain sebagainya, lembaga *Hisbah* punya wewenang untuk mengatur tata letak pasar yang ada.

- e. Mengatasi persengketaan dan ketidakadilan

²⁰*Ibid*, h. 28.

Seperti menyuruh membayar hutang bagi orang yang mampu tapi enggan membayar hutang.²¹

f. Melakukan intervensi pasar

Mekanisme pasar bebas memang diakui dan cukup dijamin dalam pasar Islam, namun itu dilakukan dengan asumsi bahwa pasar berjalan dengan adil. Namun jika dalam kondisi keadilan tadi tetap saja terjadi peningkatan harga dipasar yang cukup tinggi, akibat bencana, wabah atau apapun diluar kendali pelaku pasar, dan peningkatan harga tersebut mengancam pemenuhan kebutuhan dasar masyarakat, maka negara melalui lembaga *Hisbah* boleh melakukan intervensi baik menentukan harga maupun menyediakan cadangan produk yang cukup.

g. Memberikan hukuman terhadap pelanggaran.

Selain memberikan tuntunan, penjelasan dan batasan-batasan tentang aktifitas ekonomi, syariah Islam juga memberikan penjelasan tentang sanksi sebagai konsekwensi pelanggarannya.²²

3. Produksi Dalam Islam

Dalam Islam, kerja produktif bukan saja dianjurkan, tetapi dijadikan sebagai kewajiban relegius. Oleh karena itu, kerja adalah milik setiap orang, dan hasilnya menjadi hak milik pribadi yang dihormati dan dilindungi karena terkait dengan kebutuhan, kepentingan atau kemashalahatan umum.²³

Produksi adalah kegiatan manusia untuk menghasilkan barang dan jasa yang kemudian dimanfaatkan oleh konsumen. Pada saat kebutuhan manusia masih

²¹*Ibid*, h. 29.

²²*Ibid*, h. 30.

²³Muh. Said, *Pengantar Ekonomi Islam*, (pekanbaru: Suska Press, 2008), h. 61.

sedikit dan sederhana, kegiatan produksi dan konsumsi sering kali dilakukan oleh seseorang sendiri. Seseorang memproduksi sendiri barang dan jasa yang dikonsumsinya. Seiring dengan semakin beragamnya kebutuhan konsumsi dan keterbatasan sumber daya yang ada (termasuk kemampuannya), maka seseorang tidak dapat lagi menciptakan sendiri barang dan jasa yang dibutuhkannya, tetapi memperoleh dari pihak lain yang mampu menghasilkannya. Karenanya, kegiatan produksi dan konsumsi kemudian dilakukan oleh pihak-pihak yang berbeda. Untuk memperoleh efisiensi dan meningkatkan produktivita, muncullah spesialisasi dalam produksi. Saat ini hampir tidak ada orang yang mampu mencukupi sendiri kebutuhan konsumsinya.²⁴

Islam juga mengajarkan bahwa sebaik-baik orang adalah orang yang banyak manfaatnya bagi orang lain atau masyarakat. Fungsi beribadah dalam arti luas ini tidak mungkin dilakukan bila seseorang tidak bekerja atau berusaha. (Iljas, 2002). Dengan demikian, bekerja dan berusaha itu menempati posisi dan peranan yang sangat penting dalam Islam. Sangatlah sulit untuk membayangkan seseorang yang tidak bekerja dan berusaha, terlepas dari bentuk dan jenis pekerjaannya, dapat menjalankan fungsinya sebagai *khalifatullah* dan bisa memakmurkan bumi serta bermanfaat bagi masyarakat.²⁵

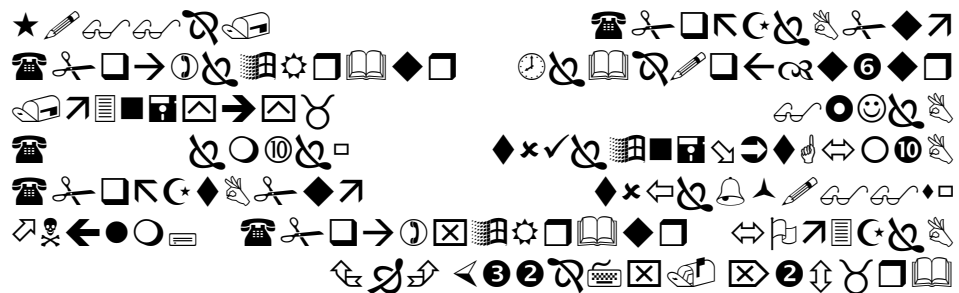
Bagi Islam, memproduksi sesuatu bukanlah sekedar untuk dikonsumsi sendiri atau dijual ke pasar. Dua motivasi itu belum cukup, karena masih terbatas

²⁴Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3Ei) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), h. 230.

²⁵Mustafa Edwin Nasotion N dkk, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Prenada Media group, 2010), h. 105.

pada fungsi ekonomi. Islam secara khas menekankan bahwa setiap kegiatan produksi harus pula mewujudkan fungsi sosial.²⁶

Sebagaimana firman Allah SWT yang berbunyi :



Artinya : Berimanlah kamu kepada Allah dan rasu-Nya dan Rasulnya dan Infakkanlah (di jalan Allah) sebagian dari harta yang Dia telah menjadikan kamu sebagai penguasanya (amanah). Maka orang-orang yang beriman di antara kamu dan menginfakkan (hartnya di jalan Allah) memperoleh pahala yang besar .(Q.S al-Hadid).

Secara teknis produksi adalah proses mentransformasi input menjadi output, tetapi definisi produksi dalam pandangan ilmu ekonomi jauh lebih luas. Pendefinisian produksi mencakup tujuan kegiatan menghasilkan output serta karakter-karakter yang melekat padanya. Beberapa ahli ekonomi Islam memberikan definisi yang berbeda mengenai pengertian produksi menurut para ekonom Muslim kontemporer.²⁷

4. Tujuan Produksi Dalam Islam

Islam menganggap kerja sebagai cara yang paling utama untuk mencari rezeki dan tiang poko produksi. Sesungguhnya Allah akan memberikan kepada orang muslim yang bekerja suatu kehidupan yang baik. Dan sesungguhnya Allah

²⁶*Ibid*, h. 106.

²⁷Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3Ei) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2008, *Op. Cit*, h. 230

akan memberikan balasan kepada mereka dengan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan.

Jadi tujuan produksi semata-mata adalah untuk mencapai keuntungan dunia akhirat. Keuntungan akhirat diperoleh bila seseorang dalam bekerja dan memproduksi semata-mata hanya sebagai bagian dari perintah agama tentang kerja. Sementara kebahagiaan dunia akan mendapatkan keuntungan dan kepuasan batin mampu menciptakan sesuatu yang berguna baik untuk sendiri maupun orang lain, juga adalah memperoleh pendapatan (laba atau *profit*).

Dalam Islam, kata Monzer Kahf, tujuan produksi dilatar belakangi oleh tiga kepentingan, yaitu:

- a. Produksi-produksi yang menjauhkan dari nilai-nilai moralnya sebagaimana ditetapkan dalam Al-qur'an.
- b. Aspek sosial produksi ditekankan dan secara ketat dikaitkan dengan proses produksi. Sebetulnya distribusi keuntungan dari produksi di antara sebagian besar orang dan dengan cara yang seadil-adilnya adalah tujuan ekonomi masyarakat.
- c. Masalah ekonomi bukanlah masalah yang jarang terdapat dalam kaitannya dengan berbagai kebutuhan hidup tetapi ia timbul karena kemalasan dan kealpaan manusia dalam usahanya untuk mengambil manfaat sebesar-besarnya dari anugrah Allah SWT, baik dalam bentuk sumber daya manusia mau pun sumber daya alami.²⁸

²⁸Abdul Aziz, *Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), h. 62

Jadi, tujuan produksi dalam ekonomi Islam bukan hanya untuk meningkatkan produktivitas per unit barang atau jasa dalam rangka memperoleh keuntungan (laba) atau jumlah keseluruhan produksi melainkan bahwa tujuan produksi adalah untuk membantu pengadaan barang atau jasa yang dibutuhkan dan diperlukan oleh umat agar bisa dimanfaatkan dengan baik lagi *halal* . Intinya, *ridha* Allah dan *syukur ni'mat* adalah asas dalam melaksanakan produksi guna melaksanakan anjuran-Nya.²⁹

5. Distribusi Dalam Islam

Dalam usaha untuk memperlancar arus barang atau jasa dari produsen ke konsumen, maka salah satu faktor penting yang tidak boleh diabaikan adalah memilih secara tepat saluran distribusi (*channel of distribution*) yang akan digunakan dalam rangka usaha penyaluran barang-barang atau jasa-jasa dari produsen ke konsumen.³⁰

Berdasarkan beberapa definisi diatas dapat diketahui adanya beberapa unsur penting di dalam saluran distribusi yaitu sebagai berikut³¹:

- a. Saluran distribusi merupakan sekelompok lembaga yang ada di antara berbagai lembaga yang mengadakan kerjasama untuk mencapai suatu tujuan.
- b. Tujuan dari saluran distribusi adalah untuk mencapai pasar-pasar tertentu. Dengan demikian pasar merupakan tujuan akhir dari kegiatan saluran.

²⁹*Ibid.* h. 63.

³⁰*Ibid.* h. 86.

³¹*Ibid.* h. 87.

c. Saluran distribusi melaksanakan dua kegiatan penting untuk mencapai tujuan, yaitu :

- 1) Mengadakan penggolongan, dan
- 2) Mendistribusikannya.

Dari definisi diatas dapat diketahui bahwa fungsi dan peranan saluran distribusi sebagai salah satu aspek kegiatan pemasaran perusahaan di dalam usaha mendistribusikan barang atau jasa dari titik produsen ke konsumen akhir merupakan suatu kegiatan yang sangat penting. Kegiatan-kegiatan pemasaran yang berkaitan dengan produk, penetapan harga dan promosi, yang dilakukan belum dapat dikatakan sebagai usaha terpadu kalau tidak dilengkapi dengan kegiatan distribusi.

Dalam Islam, kegiatan distribusi yang berkaitan dengan definisi tersebut di atas memang tidak dijelaskan secara rinci dalam Al-Qur'an atau pun Al-Hadits, hanya saja sebagaimana pada prinsip konsumsi dan produksi, Islam memberikan norma etis tentang bagaimana seharusnya umat Islam untuk bersikap dermawan. Jadi, kegiatan distribusi dalam Islam ada dua orientasi yaitu sebagai berikut³² :

- a. Menyalurkan rezeki (harta kekayaan) untuk di infakkan (didistribusikan) demi kepentingan diri sendiri maupun orang lain.
- b. Berkenaan dengan mempertukarkan hasil-hasil produksi dan daya ciptanya kepada orang lain yang membutuhkan, agar mendapat laba sebagai wujud dari pemenuhan kebutuhan atas *bisnis oreinted*.

6. Prinsip-prinsip Transaksi dalam Islam

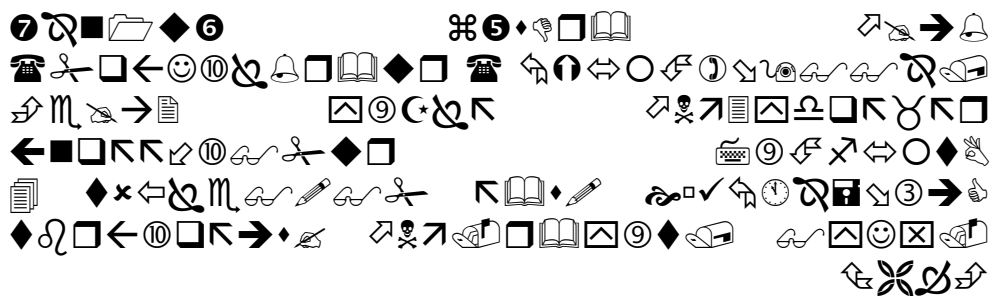
³² *Ibid*, h. 88.

Konsep mekanisme pasar dalam Islam dibangun atas prinsip-prinsip sebagai berikut yaitu³³ :

a. Ar-Ridha

Segala transaksi yang dilakukan haruslah atas dasar kerelaan antara masing-masing pihak (*freedom contract*).

Sebagaimana firman Allah SWT yang berbunyi :



Artinya: Katakanlah, “Tuhan-ku menyuruh ku berlaku adil. Hadapkanlah wajahmu (kepada Allah) pada setiap sholat, dan sembahlah Dia dengan mengiklaskan ibadah semata-mata hanya kepada-Nya. Kamu akan dikembalikan kepada-Nya sebagaimana kamu diciptakan semula. (Q.S al-A’raf : 27).

b. Persaingan yang sehat (*fair competition*)

Mekanisme pasar akan terhamat bekerja jika terjadi penimbunan (ihtikar) atau monopoli.

c. Kejujuran (*honesty*)

Kejujuran merupakan pilar yang sangat penting dalam Islam, sebab kejujuran adalah nama lain dari kebenaran itu sendiri. Islam melarang tegas melakukan kebohongan dan penipuan dalam bentuk apapun. Sebab, nilai kebenaran ini akan berdampak langsung kepada para pihak yang melakukan transaksi dalam perdagangan dan masyarakat secara luas.

³³Akhmad Mujahidin, 2014, *Op. Cit*, h. 4.

d. Keterbukaan (*transparancy*)

e. Keadilan (*justice*)