

## ANALISIS HUKUM EKONOMI SYARI'AH TERHADAP PERLINDUNGAN KONSUMEN ATAS HAK-HAK NASABAH PADA *BAITUL MAAT WAT TAMWIL* (BMT)

Ratih Ajeng Kusuma Wardani<sup>1</sup>  
Mahasiswa Pascasarjana UIN Raden Intan Lampung  
Email: ratihajeng@gmail.com

### Abstrak

Berdirinya *Baitul Mal wat Tamwil* (BMT) bertujuan untuk mengembangkan pola kemitraan dalam masyarakat dan upaya untuk menggalang dana masyarakat yang sesuai dengan nilai-nilai dalam Islam. Keterbukaan dan kejelasan tentang sistem dan produk BMT menjadi cerminan sikap amanah dari sebuah lembaga keuangan. Selain itu, dalam menjaga kepercayaan nasabah, BMT harus mampu memenuhi hak-hak nasabah dengan baik. Hak-hak nasabah sebagai konsumen telah diatur dan dilindungi dalam Undang-undang No 8 tahun 1999 pada Pasal 4. Permasalahan dalam penelitian ini adalah: Bagaimana perlindungan hukum terhadap Konsumen atas Hak-haknya dan Tinjauan Hukum ekonomi syari'ah terhadap perlindungan hukum atas hak-hak konsumen pada BMT.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Subyek penelitian ini yaitu pimpinan dan nasabah. Populasi dalam penelitian ini seluruh pimpinan dan nasabah, pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumenter. Teknik keabsahan data menggunakan teknik Trianggulasi (*triangulation*) sumber data dan metode. Analisis data dilakukan dengan pengumpulan data (*data collection*), reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan (*conclusion*) atau verifikasi (*verification*).

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa: : 1). Lembaga BMT telah menyiapkan standar yang jelas dalam pelayanan bagi para anggotanya yang terimbas likuiditas rendah, berusaha bertanggungjawab dan mengembalikan dana anggota dengan menjual aset-aset BMT. 2). Tinjauan Hukum Ekonomi Syari'ah terhadap perlindungan hukum atas hak-hak konsumen melalui: 1). Praktik Maslahat (*Nadzariyah al-Maṣlaḥah*) dimana ajaran Islam itu tidak hanya terbatas pada masalah hubungan pribadi antara seorang individu dengan penciptanya, namun mencakup pula masalah hubungan antara manusia dengan makhluk lainnya, 2). Keadilan, dimana menyampaikan amanat dan menetapkan perkara diantara manusia dengan cara yang adil, dan 3). Akibat Hukum (*Nadzariyah i'tibar Al-Maal*) dimana pelaku usaha harus bertanggung jawab atas perbuatannya itu. Tanggung jawab jika dihubungkan dengan penyebab adanya ganti rugi (*dhaman*).

**Keyword: Hukum Ekonomi Syari'ah, Perlindungan Konsumen, Hak-hak Nasabah BMT**

---

<sup>1</sup>Mahasiswi Pascasarjana Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah UIN Raden Intan Lampung.

## A. Pendahuluan

Lembaga perbankan berbasis syari'ah atau konvensional merupakan lembaga resmi yang memiliki izin legal dari pemerintah untuk menyediakan layanan dan pemenuhan kebutuhan akan modal. Lembaga keuangan bank maupun lembaga nonbank memiliki produk-produk yang dapat ditawarkan kepada nasabah agar nasabah dapat memilih dan menggunakan produk tersebut sesuai dengan kebutuhan masing-masing.

Prinsip utama operasional bank yang berdasarkan prinsip syariah adalah hukum islam yang bersumber dari Al Qur'an dan Al Hadist. Kegiatan operasional bank harus memperhatikan perintah dan larangan. dalam Al Qur'an dan Sunnah Rasul Muhammad SAW. Larangan terutama berkaitan dengan kegiatan bank yang dapat diklasifikasikan dengan riba. Dalam hukum islam, bunga adalah riba dan diharamkan.<sup>2</sup>

Ditinjau dari sisi pelayanan terhadap masyarakat dan pemasaran, adanya bank atas dasar prinsip syariah merupakan usaha untuk melayani dan mendayagunakan segmen pasar perbankan yang tidak setuju atau tidak menyukai sistem bunga.<sup>3</sup> Dengan demikian, kerinduan umat Islam Indonesia yang ingin melepaskan diri dari persoalan riba telah mendapat jawaban dengan lahirnya bank Islam.

Lembaga Keuangan Syari'ah bertujuan untuk mempromosikan dan mengembangkan penerapan prinsip-prinsip Islam, syariah dan tradisinya ke dalam transaksi keuangan dan perbankan serta bisnis terkait. Lembaga keuangan adalah setiap perusahaan yang kegiatan usahanya berkaitan dengan bidang keuangan.<sup>4</sup> Lembaga Keuangan Syari'ah mempunyai misi yang sejalan dengan program pemerintah, yaitu pemberdayaan ekonomi masyarakat, sehingga peluang menjalin kerja sama yang saling bermanfaat dalam upaya pencapaian masing-masing tujuan sangat besar. Sebagaimana diketahui pemerintah telah mengembangkan perekonomian yang berbasis pada ekonomi kerakyatan melalui kredit-kredit program KKPA Bagi Hasil.

---

<sup>3</sup>Totok Budisantoso, Nuritomo, *Bank dan Lembaga Keuangan*: Edisi Ketiga, (Yogyakarta: Salemba Empat, 2013), h. 207.

<sup>4</sup>Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2009 ), h. 29.

Pembiayaan Modal Kerja (PMK) BPRS, Pembiayaan Usaha Kecil dan Mikro (PPKM). Hal ini tentu saja membuka peluang bagi BMT untuk mengembangkan pola kemitraan.<sup>5</sup> Bersamaan dengan fenomena semakin antusiasnya masyarakat untuk kembali ke ajaran agama, maka banyak lembaga ekonomi yang bermunculan, untuk menerapkan prinsip-prinsip syariah, terutama lembaga keuangan syariah seperti *Baitul Mal wat Tamwil* (BMT).

*Baitul Mal wat Tamwil* (BMT) merupakan kependekan kata Balai Usaha Mandiri Terpadu atau *Baitul Mal wat Tamwil*, yaitu lembaga keuangan mikro (LKM) yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah *Baitul Mal wat Tamwil* (BMT) adalah balai usaha mandiri terpadu yang isinya berintikan *bayt almal wa al-tamwil* dengan kegiatan mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil bawah dan kecil dengan antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonominya. Selain itu, *Baitul Mal wat Tamwil* juga bisa menerima titipan zakat, infak, dan sedekah, serta menyalurkannya sesuai dengan peraturan dan amanahnya.<sup>6</sup>

Berdirinya *Baitul Mal wat Tamwil* (BMT) bertujuan untuk mengembangkan pola kemitraan dalam masyarakat dan upaya untuk menggali dana masyarakat yang sesuai dengan nilai-nilai dalam islam. Di dalam islam sendiri dalam bermuamalah melarang praktek-praktek yang mengandung dan menimbulkan riba. Sehingga didirikanlah lembaga keuangan ekonomi syariah yang sesuai dengan prinsip-prinsip dasar ajaran islam.

Sebagaimana diketahui bahwa *Baitul Mal wat Tamwil* (BMT) memiliki dua fungsi utama yakni *funding* atau penghimpunan dana dan *financing* atau pembiayaan. Dua fungsi ini memiliki keterkaitan yang sangat erat. Keterkaitan ini terutama berhubungan dengan rencana penghimpunan dana supaya tidak menimbulkan terjadinya dana menganggur (*idle money*) di satu dana/likuiditas (*illiquid*) saat dibutuhkan disisi yang lain.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup>Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, h. 465.

<sup>6</sup>Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, h. 51.

<sup>7</sup>Muhammad Ridwan, *Baitul Mal waTamwil (BMT)*, (Yogyakarta: UII Press, 2004), h. 148.

Kegiatan penghimpunan dana ini harus dirancang sedemikian rupa sehingga dapat menarik minat masyarakat untuk menjadi anggota di BMT. Prinsip utama dalam manajemen funding ini adalah kepercayaan. Artinya kemauan masyarakat untuk menaruh dananya pada BMT sangat dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan masyarakat terhadap BMT itu sendiri. Karena BMT pada prinsipnya merupakan lembaga amanah (*trust*), maka setiap insan BMT harus dapat menunjukkan sikap amanah tersebut.<sup>8</sup>

Berkaitan dengan penyampaian amanah Allah SWT berfirman dalam Q.S surat An-Nisa: 58 berbunyi,

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya: *Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum diantara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah maha mendengar lagi Maha melihat.*" (Q.S surat An-Nisa: 58).<sup>9</sup>

Ayat di atas menjelaskan dalam beramal adalah menyampaikan amanat dan menetapkan perkara diantara manusia dengan cara yang adil, misalnya dalam penyampaian informasi dan pelayanan terhadap nasabah. BMT sebagai lembaga keuangan syariah harus menyampaikan secara jelas kepada nasabah tentang produk dan sistem dalam BMT. Keterbukaan dan kejelasan tentang sistem dan produk BMT menjadi cerminan sikap amanah dari sebuah lembaga keuangan. Selain itu, dalam menjaga kepercayaan nasabah, BMT harus mampu memenuhi hak-hak nasabah dengan baik. Hak-hak nasabah sebagai konsumen telah diatur dan dilindungi dalam Undang-undang No 8 tahun 1999 pada Pasal 4.

Secara yuridis menurut UUPK Pasal 1 Ayat 2 yang dimaksud dengan konsumen adalah Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk

---

<sup>8</sup>Muhammad Ridwan, *Baitul Mal waTamwil (BMT)*, h. 148.

<sup>9</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*.

diperdagangkan.<sup>10</sup> Konsumen dalam UUPK mempunyai makna dan cakupan yang luas, karena di dalam pengertian itu pemakai yang dimaksud tidak hanya untuk kepentingan manusia tetapi juga menyebutkan makhluk lain seperti hewan dan tumbuh-tumbuhan. Pengertian ini sangat tepat dalam rangka memberikan perlindungan seluas-luasnya kepada konsumen.<sup>11</sup>

Sedangkan setiap pelaku usaha tentu mencari keuntungan harus memperhatikan aspek ekonomi dan kebijakan syariah islam sebagai norma dalam menjalankan usaha. Sehingga seorang pelaku usaha yang berpegang teguh kepada hukum ekonomi syariah maka pelaku usaha ini tidak hanya mengejar keuntungan tetapi juga akan mendukung dan menguntungkan pihak konsumen karena pelaku usaha ini menyadari bahwa dirinya mempunyai posisi dominan dibandingkan konsumen. Meski prinsip ekonomi adalah semaksimal mendapatkan keuntungan dengan melihat resiko yang ada yaitu, kerugian pada konsumen, segala sesuatu bisa teratasi dengan prinsip rela sama rela antara pelaku usaha dan konsumen.<sup>12</sup>

Sebagai lembaga keuangan yang menawarkan jasa, kepuasan konsumen menjadi hal yang sangat penting untuk diperhatikan oleh BMT. Sehingga hak-hak nasabah harus dipenuhi dengan baik oleh BMT, termasuk hak untuk mendapat pelayanan dan informasi yang jelas tentang sistem BMT. Ketidaktahuan masyarakat dan kurangnya informasi yang diberikan BMT seringkali mengakibatkan kekecewaan nasabah terhadap pelayanan BMT. Menurut Yusuf Shofie pelanggaran-pelanggaran hak-hak konsumen masih sangat kasat mata dijumpai dalam aktivitas keseharian.

Melihat fenomena yang ada bahwa setiap anggota/nasabah mengalami kesulitan dalam pengambilan uang simpanan dan informasi yang disampaikan kurang jelas tentang sistem bagi hasil dan produk-produk BMT lainnya. Sehingga banyak anggota tidak mengetahui berapa hasil

---

<sup>10</sup>Lihat Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 1 ayat 2.

<sup>11</sup>Aulia Muthiah, *Hukum Perlindungan Konsumen Dimensi Hukum Positif dan Ekonomi Syariah*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2018), h. 51.

<sup>12</sup>Arif Ismunandar, Citra Indah Wulandari, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online Atau E Commerce Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 di Indonesia*, Jurnal Tafkirul Iqtishodiyah, Vol 1 No 2 Desember 2021.

keuntungan yang diperoleh dari sistem bagi hasil tersebut dan keuntungan yang diperoleh anggota tidak jelas.

Problematika lain muncul yaitu dari proses pengambilan dana simpanan yang kian dipersulit, yaitu dengan mengulur-ulur waktu atau dengan berbagai alasan dari BMT. Sehingga banyak anggota yang kecewa terhadap sistem pelayanan BMT. Apabila melihat kondisi BMT, pelayanan yang baik terhadap anggota harus tetap dilaksanakan, dengan memberikan informasi yang akurat mengingat BMT merupakan sebuah Lembaga Keuangan Syariah yang bisa dijangkau oleh masyarakat kecil dan pelosok.

## **B. Perlindungan konsumen**

Hukum perlindungan konsumen menurut Az. Nasution adalah bagian dari hukum konsumen yang memuat asas-asas atau kaidah-kaidah yang bersifat mengatur dan mengandung sifat yang melindungi kepentingan konsumen, sedangkan hukum konsumen adalah hukum yang mengatur hubungan dan masalah antara berbagai pihak satu sama lain berkaitan dengan barang atau jasa konsumen di dalam pergaulan hidup.<sup>13</sup>

Hukum perlindungan konsumen juga didefinisikan sebagai bagian dari hukum konsumen. Hal ini dapat kita lihat bahwa hukum konsumen memiliki skala yang lebih luas karena hukum konsumen meliputi berbagai aspek hukum yang didalamnya terdapat kepentingan pihak konsumen dan salah satu bagian dari hukum konsumen ini adalah aspek perlindungannya, misalnya bagaimana cara mempertahankan hak-hak konsumen terhadap gangguan pihak lain.<sup>14</sup>

Hukum perlindungan konsumen yang berlaku di Indonesia memiliki dasar hukum yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Dengan adanya dasar hukum yang pasti, perlindungan terhadap hak-hak konsumen bisa dilakukan dengan penuh optimisme. Perlindungan konsumen menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) dalam Pasal 1 nomor 1 Perlindungan Konsumen di definisikan sebagai segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen”<sup>15</sup>

---

<sup>13</sup>Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia edisi Revisi 2006*, (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2006), h. 11.

<sup>14</sup>Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia.*, h. 12

<sup>15</sup>Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 1 ayat 1.

Kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen berupa perlindungan terhadap hak-hak konsumen, yang diperkuat melalui undang-undang khusus, memberi harapan agar pelaku usaha tidak bertindak sewenang-wenang yang selalu merugikan hak-hak konsumen.<sup>16</sup>

### C. Konsumen

Istilah konsumen berasal dari kata *consumer* (Inggris-Amerika), atau *consumet/konsumen* (Belanda). Pengertian tersebut secara harfiah diartikan sebagai “orang atau perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu” atau “sesuatu atau seseorang yang menggunakan suatu persediaan atau sejumlah barang”. Menurut Nasution salah satu batasan konsumen, konsumen di definisikan sebagai setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa yang digunakan untuk tujuan tertentu.<sup>17</sup>

Dalam Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 konsumen di artikan sebagai setiap orang pemakai barang dan/ atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”.<sup>18</sup>

Berdasarkan pengertian yang telah dipaparkan diatas dapat disimpulkan bahwa Konsumen adalah pihak yang memakai, membeli, menikmati, menggunakan barang dan /atau jasa dengan tujuan untuk kepentingan pribadi, keluarga, dan rumah tangganya.

Secara garis besar Konsumen dapat di bagi kedalam tiga bagian:<sup>19</sup>

- a. Konsumen dalam arti umum, yaitu pemakai, pengguna dan/atau pemanfaat dan/atau jasa untuk tujuan tertentu.
- b. Konsumen antara yaitu pemakai, pengguna dan/atau pemanfaat dan/atau jasa untuk diproduksi menjadi barang dan/jasa lain untuk memperdagangkannya (distributor) dengan tujuan komersial. Konsumen antara ini sama dengan pelaku usaha.
- c. Konsumen akhir yaitu, pemakai, pengguna dan/atau pemanfaat dan/atau jasa untuk memenuhi kebutuhan sendiri, keluarga atau rumah tangganya

---

<sup>16</sup>Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, h. 4

<sup>17</sup>Firman Tumanara Endipradja, *Hukum Perlindungan Konsumen*, h. 23.

<sup>18</sup>Undang-Undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 1 ayat 2.

<sup>19</sup>Firman Tumanara Endipradja, *Hukum Perlindungan Konsumen*, h. 56.

dan tidak untuk diperdagangkan kembali. Konsumen akhir inilah yang dengan jelas diatur perlindungannya dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan, suatu barang dan/ atau jasa seolah-olah<sup>20</sup>. Oleh karena itu, dengan adanya per-Undang-undangan ini dapat di jadikan sebagai rambu-rambu bagi keberadaan iklan dalam promosi, dan sebagai penjaga kualitas, agar iklan bisa menjadi media panduan bagi konsumen dalam belanja<sup>21</sup>.

Berdasarkan penjelasan di atas maka konsumen dapat di definisikan sebagai pemakai atau pengguna barang atau jasa baik dalam bentuk kepentingan diri sendiri atau kepentingan orang lain. Namun secara sederhana dapat diartikan sebagai pengguna barang atau jasa.

#### **D. Hak-hak Konsumen dalam Hukum Islam**

Menurut hukum Islam ada enam hak konsumen yang membutuhkan perhatian serius dari pelaku usaha, yaitu;

1. Hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jujur, adil, dan terhindar dari pemalsuan.
2. Hak untuk mendapatkan keamanan produk dan lingkungan sehat.
3. Hak untuk mendapatkan advokasi dan penyelesaian sengketa.
4. Hak untuk mendapatkan perlindungan dari penyalahgunaan keadaan.
5. Hak untuk mendapatkan ganti rugi akibat negatif dari suatu produk.
6. Hak untuk memilih dan memperoleh nilai tukar yang wajar.<sup>22</sup>

Prinsip-prinsip yang Mendasari Ekonomi Syari'ah yaitu:

Hidayat menyatakan, seperti yang dikutip oleh buchari alma dan donni juni priansa bahwa prinsip-prinsip yang mendasari ekonomi syari'ah adalah:

1. Keadilan

Kegiatan ekonomi yang dijalankan harus secara transparan dan jujur serta tidak ada eksploitasi terhadap lawan transaksi atas dasar kontrak yang adil.

---

<sup>20</sup>Elsi Kartika Sari, Advendi Simanunsong, *Hukum dalam Ekonomi*, h. 165.

<sup>21</sup>Zaim Saidi, *Mencari Keadilan: Bunga Rampai Penegakkan Hak Konsumen*, (Jakarta: PIRAC, 2001), h. 20.

<sup>22</sup>Muhammad & Alimin, *Etika & Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, (Yogyakarta, BPFE, 2004), h. 195-234.



2. Menghindari kegiatan yang merusak

Larangan untuk melakukan transaksi atas barang-barang yang dapat merugikan dan membahayakan manusia dimana termasuk proses pembuatan produk tersebut.

3. Kemaslahatan umat

Kemaslahatan umat berarti diperkenankannya spekulasi dan adanya pemerataan dalam hal kepemilikan akses yang sebesar-besarnya bagi masyarakat untuk memperoleh sumberdaya.<sup>23</sup>

**E. Hak- Hak Konsumen dalam Pasal 4 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen**

Hak konsumen di Indonesia sebagaimana tertuang dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen adalah sebagai berikut:<sup>24</sup>

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;

Hak ini mengandung arti bahwa konsumen dalam penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/ atau jasa yang akan dikonsumsi, mendapatkan jaminan keamanan dan keselamatannya secara jasmani maupun rohani. Hak untuk memperoleh keamanan ini penting ditempatkan pada kedudukan utama karena berabad-abad berkembang suatu falsafah berpikir bahwa konsumen (terutama pembeli) adalah pihak yang wajib berhati-hati, bukan pelaku usaha.

Sebelum lahirnya Undang-Undang Perlindungan konsumen, pengaturan hukum tentang hak-hak konsumen belum dilakukan tegas, sehingga belum ada jaminan hukum tentang konsumen. Sedangkan peraturan-peraturan yang memberikan perlindungan pada konsumen yang ada, kurang lengkap dan penerapannya sangat lemah selain itu pengawasan serta pemberian sanksi terhadap pelanggaran peraturan yang ada kurang mencerminkan kepentingan dan hak-hak konsumen, maka sebagai akibatnya dalam praktik pelaksanaan hak konsumen terdapat hal-hal yang masih sangat memprihatinkan.

---

<sup>23</sup>Buchari Alma & Donni Juni Priansa, *Manajemen Berbasis Syari'ah, Menanamkan Nilai dan Praktik Syari'ah dalam Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 84.

<sup>24</sup>Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Tidak bisa dipungkiri bahwa seringkali konsumen tidak memperoleh manfaat yang maksimal, atau bahkan dirugikan dari mengkonsumsi suatu barang/jasa. Namun setelah diselidiki, kerugian tersebut terjadi karena konsumen tidak mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian yang telah disediakan oleh pelaku usaha.<sup>25</sup>

Hukum yang berfungsi sebagai perlindungan kepentingan manusia, agar kepentingan manusia terlindungi hukum harus di laksanakan. Usaha melindungi konsumen pertama-tama harus di lakukan melalui hukum (peraturan perundang-undangan) yang sesuai dengan nilai-nilai Pancasila sebagai falsafah bangsa<sup>26</sup>.

2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.<sup>27</sup>

Tentu saja konsumen tidak mau mengkonsumsi barang/jasa yang dapat mengancam keselamatan, jiwa dan hartanya. Untuk itu konsumen harus diberi kebebasan dalam memilih barang/jasa yang akan di konsumsinya. Kebebasan memilih ini berarti tidak ada unsur paksaan atau tipu daya dari pelaku usaha agar konsumen memilih barang/jasanya. Sekalipun mereka mengetahui adanya kekurangan yang terdapat dari barang atau jasa yang mereka pakai tersebut, tetap saja mereka akan menggunakan barang atau jasa tersebut karena sesuai dengan kemampuan atau daya belinya, karena mereka kurang memahami akan produk atau jasa yang mereka gunakan, dan mereka kebanyakan adalah konsumen yang bersifat pasif.

3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa<sup>28</sup>:

Salah satu media yang di gunakan seorang pelaku usaha di dalam mengenalkan produk dan/ atau jasa adalah iklan.

---

<sup>25</sup>Wibowo Turnadi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, dalam [www.jurnalhukum.com](http://www.jurnalhukum.com) diakses pada Tanggal 19 April 2022.

<sup>26</sup>Firman Tumanlara Endipradja, *Hukum Perlindungan Konsumen*, h. 25.

<sup>27</sup>Elsi Kartika Sari, Advendi Simanunsong, *Hukum dalam Ekonomi*, h. 160.

<sup>28</sup>Elsi Kartika Sari, Advendi Simanunsong, *Hukum dalam Ekonomi*, h. 160.

Sebelum memilih, konsumen tentu harus memperoleh informasi yang benar mengenai barang/jasa yang akan dikonsumsi. Karena informasi inilah yang akan menjadi landasan bagi konsumen dalam memilih. Untuk itu sangat diharapkan agar pelaku usaha memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai barang/jasanya.

Menggunakan media iklan dan promosi adalah cara yang digunakan banyak para pelaku usaha untuk menarik konsumen. Bahkan tidak jarang dari keinginan untuk menampilkan iklan yang sangat menarik tersebut kemudian menjadi sebuah eksploitasi dari materi iklan yang mengarah pada penampilan yang berlebihan. Iklan menjadi ajang manipulasi informasi yang menyesatkan bagi konsumen<sup>29</sup>.

Pelaku usaha dilarang menawarkan, mempromosikan, mengiklankan, suatu barang dan/ atau jasa seolah-olah<sup>30</sup>. Oleh karena itu, dengan adanya per-Undang-undangan ini dapat di jadikan sebagai rambu-rambu bagi keberadaan iklan dalam promosi, dan sebagai penjaga kualitas, agar iklan bisa menjadi media panduan bagi konsumen dalam belanja<sup>31</sup>.

4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan<sup>32</sup>:

Keselamatan dan keamanan yang terancam, serta wujud yang tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan kenyataan produk yang dijual, cukup banyak terjadi. Hal ini meresahkan serta merugikan konsumen. Untuk semua itu, konsumen berhak mengeluh dan menyampaikan masalah tersebut pada pelaku usaha bersangkutan.

Tidak jarang konsumen memperoleh kerugian dalam mengkonsumsi suatu barang/ jasa. Ini berarti ada suatu kelemahan di barang/jasa yang diproduksi/ yang disediakan oleh pelaku usaha. Sangat diharapkan agar pelaku usaha berlapang dada dalam menerima setiap pendapat dan keluhan dari konsumen. Disisi yang lain pelaku usaha juga diuntungkan karena adanya berbagai pendapat dan keluhan,

---

<sup>29</sup>Zaim Saidi, *Mencari Keadilan*, h. 19-20.

<sup>30</sup>Elsi Kartika Sari, Advendi Simanunsong, *Hukum dalam Ekonomi*, h. 165.

<sup>31</sup>Zaim Saidi, *Mencari Keadilan*, h. 20.

<sup>32</sup>Elsi Kartika Sari, Advendi Simanunsong, *Hukum dalam Ekonomi*, h. 160.

pelaku usaha memperoleh masukan untuk meningkatkan daya saingnya.<sup>33</sup>

Pada hal yang sama, hak ini dimaksudkan sebagai jaminan bahwa kepentingan, pendapat, serta keluhan konsumen harus diperhatikan baik oleh pemerintah, produsen, pengusaha maupun pedagang. Hak untuk didengar dapat diungkapkan oleh konsumen dengan cara mengadu kepada produsen/ penjual/ instansi yang terkait<sup>34</sup>.

Konsumen perlu memanfaatkan hak untuk didengarnya dengan baik serta optimal. Hal ini dirasa perlu, karena dari pengalaman sehari-hari terlihat, bahwa hak untuk didengar ini belum dimanfaatkan. Contoh yang paling sederhana misalnya, dalam ikatan transaksi jual beli atau sewa beli, kontrak-kontrak sepihak dan ketentuan-ketentuan yang tercantum pada bon pembelian yang biasanya hanya menguntungkan produsen/ pedagang, biasanya karena dipermasalahkan secara terbuka. Kalaupun telah merasakan ketidakseimbangan ketentuan tersebut, konsumen segan mengajukan usulan yang menjadi haknya<sup>35</sup>. Kedepannya, hal tersebut perlu mendapat perhatian, agar konsumen jangan selamanya berada pada posisi yang dirugikan.

5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.<sup>36</sup>

Pelaku usaha tentu sangat memahami mengenai barang/jasanya. Sedangkan disisi yang lain, konsumen sama sekali tidak memahami apa saja proses yang dilakukan oleh pelaku usaha guna menyediakan barang/jasa yang dikonsumsi. Sehingga posisi konsumen lebih lemah dibanding pelaku usaha. Oleh karena itu diperlukan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa yang patut bagi konsumen. Patut berarti tidak memihak kepada salah satu pihak dan sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

---

<sup>33</sup>Wibowo Turnadi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, dalam [www.jurnalhukum.com](http://www.jurnalhukum.com) diunduh pada 19 April 2017

<sup>34</sup>Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen dan Instrumen-instrumen Hukumnya*, h. 59-61.

<sup>35</sup>Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen dan Instrumen-instrumen Hukumnya* h. 59-61.

<sup>36</sup>Elsi Kartika Sari, Advendi Simanunsong, *Hukum dalam Ekonomi*, h. 160.

Bahwasanya di dalam memberikan perlindungan hukum bagi konsumen tercakup juga kewajiban untuk melakukan upaya-upaya peningkatan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri sendiri, sehingga pada gilirannya dapat meningkatkan harkat dan martabat konsumen, sekaligus menumbuhkan kembangkan sikap pelaku usaha untuk berlaku jujur dan bertanggung jawab.

6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen<sup>37</sup>:

Sudah disebutkan sebelumnya bahwa posisi konsumen lebih lemah dibanding posisi pelaku usaha. Untuk itu pelaku usaha harus membeikan pembinaan dan pendidikan yang baik dan benar kepada konsumen. Pembinaan dan pendidikan tersebut mengenai bagaimana cara mengkonsumsi yang bermanfaat bagi konsumen, bukannya berupaya untuk mengeksploitasi konsumen.

Upaya pendidikan konsumen tidak selalu harus melewati jenjang pendidikan formal, tetapi dapat melewati media massa dan kegiatan lembaga swadaya masyarakat.

7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif<sup>38</sup>:

Dalam praktek sehari-hari masih banyak dijumpai adanya pelaku usaha yang suka membedakan pelayanan terhadap seorang konsumen dengan konsumen lainnya, antara lain dengan memilah-milah status konsumen. Contohnya, seorang pejabat tidak perlu antri tiket seperti konsumen lainnya, karena pelaku usaha memberikan perlakuan khusus.<sup>39</sup>

Sudah merupakan hak asasi manusia untuk diperlakukan sama. Pelaku usaha harus memberikan pelayanan yang sama kepada semua konsumennya, tanpa memandang perbedaan ideologi, agama, suku, kekayaan, maupun status sosial. Lalu bagaimana dengan perbedaan

---

<sup>37</sup>Elsi Kartika Sari, Advendi Simanunsong, *Hukum dalam Ekonomi*, h. 160.

<sup>38</sup>Elsi Kartika Sari, h. 160.

<sup>39</sup>Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen dan Instrumen-Instrumen Hukumnya*, h. 62-63.

kelas bisnis dan ekonomi pada maskapai penerbangan, atau adanya nasabah prioritas pada bank.

Begitu pula halnya ketika tiket kereta api hendak dibeli konsumen dengan harga sebagaimana tarif, oleh si penjual dikatakan telah habis, sementara bagi konsumen yang berani membelinya diatas tarif, maka tiket tersebut akan dengan mudahnya diperoleh. Kesemuanya ini telah diantisipasi oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen, dimana konsumen dibekali hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif oleh pelaku usaha.

8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.

Ketika Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini dirancang, para perumus RUUPK sangat memperhatikan dasar-dasar acuan untuk mewujudkan perlindungan konsumen, yaitu pertama, hubungan hukum antara penjual dengan konsumen secara jujur, kedua hubungan kontrak penjual dan konsumen dirumuskan dengan jelas, ketiga konsumen sebagai pelaku perekonomian, keempat, konsumen yang menderita kerugian akibat yang cacat mendapat ganti rugi yang memadai, kelima, diberikannya pilihan penyelesaian sengketa kepada para pihak.

Inilah inti dari hukum perlindungan konsumen. Bagaimana konsumen yang dirugikan karena mengkonsumsi barang/jasa memperoleh kompensasi, ganti rugi, atau penggantian. Sebenarnya tujuan dari pemberian kompensasi, ganti rugi, atau penggantian adalah untuk mengembalikan keadaan konsumen ke keadaan semula, seolah-olah peristiwa yang merugikan konsumen itu tidak terjadi.

Dasar-dasar tersebut telah menekankan pada pentingnya pemberian hak kepada konsumen untuk mendapatkan kompensasi ganti rugi dan/ atau penggantian, apabila ternyata tidak sesuai dengan yang diperjanjikan maupun tidak dalam kondisi sebagaimana mestinya. Terlepas adanya unsur ketidaksengajaan dari pihak penjual yang mengakibatkan terjadinya cacat barang yang tersembunyi dan sekalipun

telah yakin terhadap kejujuran penjual tersebut, maka pada contoh kasus ini telah melekat hak konsumen untuk mendapatkan ganti rugi<sup>40</sup>.

9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan perundang-undangan lainnya.

Hak konsumen sebenarnya sangat banyak dan bisa bertambah. Adanya ketentuan ini membuka peluang bagi pemerintah untuk menjamin pemenuhan hakkonsumen yang tidak diatur pada ketentuan diatas. Minimnya sangsi hukum dan kesadaran nasabah terhadap hak-hak konsumen, dan kurangnya pengetahuan nasabah tentang pentingnya perlindungan konsumen atau nasabah yang telah melindungi mereka, membuat hal itu dijadikan kesempatan oleh pelaku usaha yang tidak mempunyai i'tikad yang tidak baik untuk mencari keuntungan yang sebesar-besarnya dan mengesampingkan hak-hak orang lain.

Dalam bisnis syariah selain i'tikad yang baik oleh pelaku usaha merupakan dasar utama dalam pengembangannya. Selain itikad yang baik pelaku usaha juga harus bisa berbuat adil kepada para nasabah dan karyawannya. Adil dalam pemberian hak kedua belah pihak, adil dalam pembagian keuntungan, dan lain sebagainya.

## F. Pembahasan

Sebagai lembaga keuangan yang menawarkan jasa, kepuasan konsumen menjadi hal yang sangat penting untuk diperhatikan oleh BMT. Sehingga hak-hak nasabah harus dipenuhi dengan baik oleh BMT, termasuk hak untuk mendapat pelayanan dan informasi yang jelas tentang sistem BMT. Ketidaktahuan masyarakat dan kurangnya informasi yang diberikan BMT seringkali mengakibatkan kekecewaan nasabah/anggota terhadap kinerja BMT.

Dalam Islam, segala unsur yang mengakibatkan kerugian atau bahaya fisik yang diderita oleh konsumen karena cacat produk atau penipuan adalah perbuatan yang tidak dibenarkan, oleh karena itu pelaku usaha/produsen harus bertanggung jawab atas perbuatannya itu. Tanggung jawab jika dihubungkan dengan penyebab adanya ganti rugi (*dhaman*).

---

<sup>40</sup>Firman Tumantara Endipradja, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Malang: Setara Press, 2016), h. 23.

Undang-undang tentang perlindungan terhadap konsumen (UUPK) yang menggariskan tentang asas-asas dalam bisnis. Pada dasarnya Undang-undang ini mempunyai tujuan yang sama dengan apa yang ditawarkan dalam Islam, yaitu menciptakan keseimbangan diantara pelaku usaha dan konsumen dan untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen. Namun secara garis besar, keseimbangan yang diatur dalam UUPK adalah cenderung keseimbangan yang merujuk kepada terpenuhinya keinginan masing-masing di antara pelaku usaha dan konsumen daripada menyoroti hal-hal yang sifatnya esensial.

Islam tidak mengenal istilah bahwa konsumen yang harus berhati-hati atau sebaliknya pelaku usahalah yang harus berhati-hati. Di dalam Islam yang berlaku adalah prinsip keseimbangan. Disini antara kedua belah pihak konsumen maupun pelaku usaha harus sama-sama berhati-hati. Disamping itu, di dalam Islam Informasi produk yang diberikan kepada konsumen tidak hanya berhubungan dengan kuantitas dan kualitas suatu barang (UUPK Pasal 4 huruf C), akan tetapi juga berkaitan dengan efek samping atau bahaya pemakaian, kepercayaan terhadap agama tertentu, seperti informasi halal atau haramnya suatu produk-produk pembiayaan yang ditawarkan BMT Muhammadiyah dan BMT Sumber Sejahtera Bersama.

Profesionalisme dalam implementasi manajemen resiko dalam pengelolaan dana anggota yang diterapkan oleh BMT Muhammadiyah dan BMT Sumber Sejahtera Bersama sebagai penyebab kerugian karena melanggar prinsip hati-hati atau sewenang-wenang dalam penggunaan hak. Dalam persoalan pemenuhan hak konsumen terhadap harga yang tidak normal dipasar, sebenarnya fiqih Islam telah menawarkan banyak solusi, yaitu dengan pelanggaran praktik ribawi, pelanggaran monopoli dan persaingan tidak sehat.<sup>41</sup>

Demikian hal yang menyangkut hak-hak konsumen dalam Islam. Sebagai bentuk keseimbangan, konsumen pun harus dibebani dengan kewajiban yang walaupun tidak dijelaskan secara spesifik, akan tetapi penulis dapat menjelaskannya sebagai berikut: (1) Beritikad baik dalam

---

<sup>41</sup>Muhammad dan Alimin. *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*. (Yogyakarta, 2004), h. 213.



melakukan transaksi barang dan/atau jasa; (2) Mencari informasi dalam berbagai aspek dari suatu barang dan/atau jasa yang akan dibeli atau digunakan; (3) Membayar sesuai dengan harga atau nilai yang telah disepakati dan dilandasi rasa saling rela, yang terealisasi dengan adanya ijab dan qabul; (4) Mengikuti penyelesaian hukum terhadap sengketa yang terkait dengan perlindungan konsumen.<sup>42</sup>

Persoalan hak konsumen dan pelaku usaha oleh para ulama dimasukkan dalam bagian hak publik dan hak manusia. Misalnya dalam keadaan terjadi pelanggaran umum seperti perilaku monopoli dalam dagang oleh pelaku usaha, hak perlindungan bagi manusia untuk kemaslahatan pribadinya, seperti menjaga terhadap harta, hak pembeli terhadap barang, hak penjual terhadap alat pembayaran.

Tujuan menghindari eksploitasi terhadap manusia dalam Islam, secara garis besar tidak jauh berbeda dengan tujuan diundangkannya UUPK di Indonesia, yaitu sebagai bentuk perlindungan terhadap konsumen. Hanya saja pengertian konsumen yang dimaksud dalam UUPK yang membedakan cakupan di antara kedua hukum ini. Keadilan dalam hukum Islam berarti pula keseimbangan antara kewajiban yang harus dipenuhi oleh manusia dengan kemampuan manusia untuk menunaikan kewajiban itu. Jika keadilan dilanggar maka akan terjadi ketidakseimbangan dalam pergaulan hidup, sebab satu pihak akan dirugikan atau disengsarakan sementara yang lain memperoleh keuntungan. Jika sistem sosial rusak karena keadilan dilanggar maka pastilah seluruh masyarakat akan mengalami kerusakan yang dampaknya akan menimpa banyak orang.

Kepuasan konsumen menyatakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan adalah respon konsumen terhadap evaluasi kesesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (norma kinerja lainnya) dengan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.<sup>43</sup> Variabel utama yang menentukan kepuasan konsumen, yaitu *expectations* (apa yang diharapkan) dan *perceived performance* (pelayanan yang diterima). Apabila *perceived performance* melebihi

---

<sup>42</sup>M. Yusri, *Kajian Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Islam*, Jurnal Ulumuddin, Volume V, Tahun III, Juli-Desember 2009, h. 364.

<sup>43</sup>M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, h. 193.

*expectations* maka pelanggan akan merasa puas, tetapi apabila sebaliknya yaitu *perceived performance* jauh dibawah *expectations* maka pelanggan akan merasa tidak puas.<sup>44</sup>

Prinsip ekonomi yang diterapkan oleh pemilik usaha yaitu mendapatkan keuntungan yang semaksimal mungkin dengan modal seminimal mungkin. Artinya, sangat mungkin konsumen akan dirugikan baik secara langsung maupun tidak langsung. Karena *basic* dari tujuan ekonomi adalah memperkaya bagi pelaku usaha dengan keuntungan yang sebesar-besarnya. Perlindungan terhadap konsumen dewasa ini terasa sangat penting mengingat makin tingginya kompetitor dalam bidang usaha yang sama sehingga dibutuhkan kejelasan dalam pemenuhan atas hak-hak konsumen yang jelas.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini memuat aturan-aturan yang dijadikan sebagai payung hukum bagi peraturan perundang-undangan lain yang menyangkut konsumen, dan sekaligus mengintegrasikannya sehingga dapat memperkuat penegakan hukum di bidang perlindungan konsumen. Perlu diperhatikan, bahwa Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini bukan merupakan awal dan akhir dari hukum yang mengatur tentang perlindungan konsumen, tetapi terbuka kemungkinan terbentuknya undang-undang baru yang pada dasarnya memuat ketentuan-ketentuan yang melindungi konsumen.

Pengelolaan yang profesional dan transparansi menjadi dasar sistem kerja pada lembaga keuangan, sehingga diperlukan loyalitas karyawan dan kemampuan manajemen yang baik dari para manager untuk dapat menjalankan lembaga dengan baik dan mampu bersaing ditengah pesatnya lembaga keuangan yang serupa. Dari informasi dilapangan, dapat diketahui bahwa BMT Muhammadiyah dan BMT Sumber Sejahtera Bersama mengalami masalah atau kepailitan dikarenakan beberapa faktor didalamnya.

## G. Simpulan

Tinjauan Hukum Ekonomi Syari'ah terhadap perlindungan hukum atas hak-hak konsumen pada BMT Muhammadiyah dan BMT Sumber Sejahtera dikaji melalui: 1). Praktik Maslahat (*Nadzariyah al-Maslahah*) dimana ajaran Islam

---

<sup>44</sup>M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, h. 193-194.

itu tidak hanya terbatas pada masalah hubungan pribadi antara seorang individu dengan penciptanya, namun mencakup pula masalah hubungan antara manusia dengan makhluk lainnya, 2). Keadilan, dimana menyampaikan amanat dan menetapkan perkara diantara manusia dengan cara yang adil, dan 3). Akibat Hukum (*Nadzariyah i'tibar Al-Maal*) dimana pelaku usaha harus bertanggung jawab atas perbuatannya itu. Tanggung jawab jika dihubungkan dengan penyebab adanya ganti rugi (*dhaman*).

#### H. Daftar Pustaka

- Andri Soemitra. 2009. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Prenadamedia Group.
- Abdillah, Syamsuddin Abu, 2010, Terjemah Fhathul Qarib, Surabaya: CM Grafika.
- Adiwarman A. Karim, 2014, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Al Arif, M. Nur Rianto, 2012, *BPRS Metro Madani: Suatu kajian Teoritis Praktis*, Bandung: Pustaka Setia.
- Al-Bukhari, Muhammad bin Ismail Abi Abdillah (w. 256 H), *Shahih Bukhari*, Kairo: Dar Tharuq an-Najah, 1422 H, Juz 3.
- Antonio. Syafii, 2001, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani
- Arif Ismunandar, Citra Indah Wulandari, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online Atau E Commerce Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 di Inonesia*, Jurnal Tafsirul Iqtishodiyah, Vol 1 No 2 Desember 2021.
- Aulia Muthiah. 2018. *Hukum Perlindungan Konsumen Dimensi Hukum Positif dan Ekonomi Syariah*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Buchari Alma & Donni Juni Priansa. 2014. *Manajemen Berbasis Syariah, Menanamkan Nilai dan Praktik Syariah dalam Bisnis Kontemporer*, Bandung: Alfabeta.
- Dahlan Siamat. 1993. *Management Bank Umum*, Jakarta: Intermedia.
- Elyta Ras Ginting, 2018. *Hukum Kepailitan Teori Kepailitan*, Jakarta: Sinar Grafika.
- Elsi Kartika Sari, Advendi Simanunsong. 2008. *Hukum dalam Ekonomi*, Jakarta: Grasindo.
- Firman Tumantara Endipradja, 2016. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Malang: Setara Press.
- <sup>Hadari</sup> Nawawi. 2001. *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Yogyakarta: Gadjah Mada Universitas Press.
- Al Wathan**: Jurnal Studi Keislaman, Vol. 3 No. 02 Juli – Desember 2022  
e-ISSN: 2722-192X

- Hasan. Zubairi. 2009. *Undang-Undang Perbankan Syariah*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Happy Susanto. 2008. *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Jakarta: Visimedia.
- Heri Sudarsono. 2013. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah: Deskripsi Dan Ilustrasi*, Yogyakarta: Ekonisia.
- Ibn Abi Usamah Abu Muhammad Al-Harits Ibn Muhammad ibn Dahir at-Tamimi al-Bagdadi (w.807 H), *Bughyatu al-Bahits 'an Zawaid Musnad al-Harits*, Madinah Munawwarah, Markaz Khidmat as-Sunnah wa as-Sirah an-Nabawiyah, 1992, cet. I, Jilid I.
- Ibrahim Bin Musa Bin Muhammad Al-Gharnathi As-Syathibi (w. 790 H), *Al-Muwafaqat fi Ushul Al-Ahkam*, Beirut: Dar Al-Rasyid Al-Hadisah, tt), Juz 4.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. 2013. Jakarta: Balai Pustaka.
- Kartono, Kartini, 1996, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, Bandung: Mandar Maju, Cet VII.
- Kasmir. 2011, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Khotibul Umam, LL. M. *Trend pembentukan Bank Umum Syari'ah Pasca Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 (Konsep, Regulasi, dan Implementasi)*, Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2009.
- Kuncoro, Mudrajad, 2003, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: Erlangga.
- Lawrence Neuman. 2003. *Social Research Methods (Qualitative and Quantitative Approaches)*, Boston: Allyn and Bacon.
- Lexy J. Moleong. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Edisi Revisi*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Marhais Abdul Miru. 2004. *Hukum Perbankan di Indonesia*, Bandung: Alumni.
- Mardalis. 2010, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Moleong, Lexy J., 2012, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Ed. Revisi, Cet. ke-30, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- M. Nur Rianto Al Arif. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta.
- Mochammad Nadjib. 2006. *Pengaruh BMT ( Baitul Mal wat Tamwil) terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat*, Bandung: Pusat Penelitian Ekonomi, Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia.
- Muhammad. 2004. *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Muhammad, Alimin. 2004. *Etika & Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta, BPFE.

- Muhamad. 2013. *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Muhammad Ridwan, 2004. *Baitul Mal waTamwil (BMT)*, Yogyakarta: UII Press.
- Mustofa, Imam, 2013, *Ijtihad Kontemporer Menuju Fiqih Kontekstual*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Nana Syaodih Sukmadinata. 2005. *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nurul Huda, Mohamad Heykal. 2010. *Lembaga Keuangan Islam: Tinjauan Teoritis Praktis*, Jakarta: Media Grafika.
- Peter Mahmud Marzuki. 2007. *Penelitian Hukum*, cet. 3, Jakarta: Prenada Media Group.
- Shidarta. 2006. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia edisi Revisi 2006*, (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.