

Kontribusi Aspek Hukum Ekonomi Islam dalam Perlindungan Konsumen di Indonesia

Masitoh^{a,1,*}

^aSTAI Brebes, Indonesia.

¹masitoh@staibrebes.ac.id

*Correspondent Author

ARTICLE INFO

Article history

Received:

03-12-2022

Revised:

05-01-2023

Accepted:

18-01-2023

Keywords

Islamic Commercial Law,
Consumer Protection.

ABSTRACT

In the era of globalization and free trade (global market), Indonesia's economic development, especially in the field of industry and trade, has brought significant benefits to all stakeholders (employers). This means that the choice of goods and services offered has increased, with a wide range of types, prices and qualities. To make it easier for people, especially consumers, to meet their daily needs. On the other hand, consumers are often targeted by marketers who consciously strive for maximum profit through campaigns and sales, often to the detriment of consumers. This is due to the low education, understanding and work ethic of traders. Also, there is no ethics in business. Therefore, there is a need to enact laws and regulations that can provide guarantees to all victims.

ABSTRAK

Di era globalisasi dan perdagangan bebas (global market), perkembangan ekonomi Indonesia khususnya di bidang industri dan perdagangan telah membawa manfaat penting bagi semua pihak (pengusaha) yaitu bertambahnya pilihan barang atau jasa yang ditawarkan, dengan berbagai jenis, harga dan kualitas. Untuk memudahkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, khususnya konsumen. Di sisi lain, konsumen juga bisa menjadi sasaran para pemasar yang secara sadar mengusahakan keuntungan sebesar-besarnya baik melalui kampanye maupun penjualan yang seringkali merugikan konsumen. Hal ini disebabkan rendahnya pendidikan, pemahaman dan etos kerja para pedagang. Selain itu, tidak ada yang namanya etika dalam bisnis. Oleh karena itu perlu dibuat undang-undang dan peraturan yang dapat memberikan jaminan kepada semua yang dirugikan

Kata Kunci: Hukum dagang Islam, perlindungan konsumen.

This is an open-access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Pendahuluan

Perkembangan ekonomi Indonesia khususnya di bidang industri dan perdagangan telah membawa manfaat yang besar bagi semua pihak (pelaku ekonomi), khususnya konsumen

yaitu semakin beragamnya barang dan jasa yang ditawarkan dalam berbagai jenis, harga dan kualitas.

Di era globalisasi dan perdagangan bebas (pasar bebas), serta dengan dukungan ilmu pengetahuan dan teknologi yang maju, akses barang dan jasa di dalam dan luar negeri semakin luas, sehingga memudahkan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari berupa barang dan jasa. (Neni Sri Imaniyati 2022)

Oleh karena itu, dapat menawarkan banyak manfaat bagi konsumen pada khususnya. Namun di sisi lain, konsumen dapat menjadi objek atau sasaran bagi pelaku ekonomi (pengusaha) yang secara sadar mencari keuntungan sebesar-besarnya, baik melalui promosi maupun penjualan, yang seringkali merugikan konsumen.

Perlu dipahami rentannya posisi konsumen, yang disebabkan kesadaran dan pendidikan konsumen yang relatif rendah, selain pemahaman kinerja ekonomi dan etos kerja yang rendah. Misalnya, bisnis harus berusaha mencari keuntungan semata tanpa khawatir tentang apa yang legal dan apa yang ilegal, bisnis tidak memiliki etika (hati nurani), dll. Oleh karena itu perhatian terhadap konsumen sangat diperlukan, karena setiap orang, baik sendiri maupun berkelompok, dalam kondisi dan keadaan apapun pasti akan menjadi konsumen (pengguna) barang dan jasa, sehingga pemberdayaan konsumen sangat diperlukan.

Saat ini telah terjadi peningkatan kesadaran umum akan perlunya perlindungan konsumen yang dimulai di negara-negara maju. Jika dulu perhatian besar diberikan kepada para pekerja industri yang memiliki pengaruh signifikan terhadap perkembangan perekonomian negara, kini perhatian lebih diberikan kepada perlindungan konsumen sejalan dengan meningkatnya perlindungan hak asasi manusia. (Saefullah 1998)

Perlindungan konsumen sangat erat kaitannya dengan kegiatan ekonomi, yaitu perdagangan barang dan jasa yang merupakan bagian dari kegiatan ekonomi. Namun, hal itu tidak dapat dipisahkan dari aspek-aspek lain, baik hukum, agama, pendidikan, sosial, maupun budaya. Oleh karena itu, masalah perlindungan konsumen harus dilihat dari berbagai sudut pandang.

Salah satu isi mata kuliah yang paling penting adalah persoalan perlindungan konsumen dari sudut pandang hukum dagang Islam (bisnis syariah). Hal ini penting karena mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam. Oleh karena itu, nilai-nilai ajaran Islam harus mendukung peraturan perundang-undangan yang mengatur kegiatan ekonomi umat sehingga pada akhirnya mempengaruhi perilaku masyarakat dalam berbagai bidang. Oleh karena itu perlu dicek apakah Islam menetapkan rambu-rambu perlindungan konsumen dan apakah rambu-rambu (peraturan) tersebut sesuai dengan nilai-nilai hukum bisnis Islam (bisnis syariah).

Metode

Penelitian ini merupakan penelitian kepustakaan yang menggunakan pendekatan normatif empiris dan didukung dengan pendekatan sejarah. Selain itu, data yang diperoleh dalam penelitian ini dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Dengan metode ini, negara dideskripsikan secara objektif, apakah Islam telah menetapkan rambu-

rambu perlindungan konsumen dan apakah rambu-rambu tersebut sesuai dengan nilai-nilai hukum ekonomi Islam (Syariah).

Hasil dan Pembahasan

1. Etika Bisnis Menurut Pandangan Pelaku Ekonomi

Penggunaan barang dan jasa dalam hal ini keberadaan konsumen sangat tidak terbatas, dan pada tingkatan atau kategori yang berbeda, produsen melaksanakan pemasaran dan pendistribusian barang atau jasa seefektif mungkin untuk menarik konsumen yang sangat berbeda. (Koneksi). Oleh karena itu, berbagai upaya dilakukan untuk mencapai tujuan atau sasaran tersebut. Upaya-upaya tersebut terkadang dapat menimbulkan hal-hal negatif, bahkan disadari dengan niat buruk sejak awal, misalnya memberikan informasi palsu, membuat klaim yang menyesatkan, mencampuradukkan produk (kualitas) yang buruk dengan yang baik, cara penjualan yang dipaksakan, dll.

Upaya ini seringkali diperparah oleh kepercayaan atau mitos dari perusahaan itu sendiri. Misalnya, bisnis itu kotor, bisnis itu kejam, bisnis tidak punya saudara, berbohong sedikit dalam bisnis itu normal, bisnis jujur tidak menghasilkan keuntungan, dll. (Neni Sri Imaniyati 2002). Karena mitos bisnis yang demikian, menurut sebagian pebisnis tidak perlu ada etika, bahkan sebagian pendapat lain menyatakan bahwa berpikir dan bertindak dengan moralitas itu tidak mungkin, karena dianggap membuang-buang waktu, bahkan bisa berujung pada kebangkrutan.

Sehubungan dengan hal di atas, ada beberapa pandangan baik dan buruk tentang perlunya etika bisnis:

a) Pandangan yang tidak mendukung perlunya etika bisnis beranggapan bahwa: (Mahmoedin 1994)

(a) Bisnis adalah kompetisi.

Artinya semua pesaing ingin menjadi pemenang. Setiap ras adalah pertempuran dan memiliki aturannya sendiri.

(b) Bisnis itu anti sosial

Ini berarti bahwa aturan bisnis tidak dapat digabungkan dengan aturan moral sosial. Perusahaan memiliki aturannya sendiri, yang tidak boleh disamakan dengan yang lain. Emosi sosial dalam bisnis dapat mengganggu dan melemahkan bisnis itu sendiri.

(c) Bisnis harus bertujuan untuk keuntungan

Artinya tujuan utama bisnis adalah keuntungan, sehingga tanggung jawab sosial tidak sesuai dan bertentangan dengan efisiensi.

(d) Bisnis harus fokus

Artinya, perusahaan tidak boleh memiliki banyak tujuan, ketika ada banyak tujuan, misalnya tujuan keuangan dan tujuan sosial, itu dapat membingungkan manajer.

(e) Bisnis itu mahal

Artinya, menjalankan bisnis membutuhkan biaya yang tinggi, apalagi jika harus dibebani dengan biaya sosial, tentu lebih sulit lagi.

(f) Selanjutnya Sony Keraf mencontohkan pendapat para pengusaha yang menganggap bisnis itu asusila, menurut pandangan ini bisnis adalah bisnis. Ekonomi tidak boleh disamakan dengan etika. (Sony Keraf dan Robert Haryono Imam 1995)

b) Pandangan yang mendukung perlunya etika dalam melakukan aktivitas bisnis berasumsi bahwa: (Mahmoedin 1994)

(a) Perusahaan mempertaruhkan segalanya

(b) Bisnis adalah tentang hubungan manusia

(c) Perusahaan harus menuruti kemauan masyarakat

(d) Perusahaan harus datang dengan kewajiban etis

- (e) Perusahaan perlu mengingat bahwa sumber daya terbatas
- (f) Perusahaan harus menjaga lingkungan social
- (g) Perusahaan harus menjaga keseimbangan, tanggung jawab dan masyarakat
- (h) Perusahaan perlu mengeksploitasi sumber daya yang berguna
- (i) Perusahaan harus dapat memberikan keuntungan jangka panjang
- (j) Legitimasi bisnis dikaitkan dengan etika yang baik.

Karena melakukan bisnis membutuhkan etika, penting untuk mengembangkan prinsip-prinsip etika bisnis. Padahal, menurut Mahmoedin, prinsip-prinsip etika bisnis sangat erat kaitannya dengan sistem nilai masyarakat. Oleh karena itu, prinsip-prinsip etika bisnis yang berlaku di Indonesia terkait dengan sistem nilai masyarakat kita. Hal ini sesuai dengan pernyataan Sony Keraf bahwa secara umum prinsip-prinsip yang berlaku dalam praktik bisnis yang baik tidak dapat dipisahkan dari kehidupan kita sebagai manusia pada umumnya. Demikian pula dengan prinsip-prinsip yang berlaku dalam praktik bisnis yang baik tidak terlepas dari kehidupan kita sebagai manusia pada umumnya. Demi dan juga prinsip-prinsip tersebut sangat erat kaitannya dengan sistem nilai yang dianut oleh masyarakatnya masing-masing. Prinsip etika bisnis meliputi:

- (a) Mandiri artinya wirausahawan mengetahui mana yang baik dan mana yang buruk serta mengetahui bidang kegiatannya.
- (b) Bertanggung jawab, yaitu bermanfaat bagi diri sendiri, bermanfaat bagi wali amanat, bermanfaat bagi pemangku kepentingan, bermanfaat bagi masyarakat/konsumen.
- (c) Jujur
- (d) Bersikap adil untuk berbuat baik
- (e) Jadilah hormat dan inovatif. (Mahmoedin 1994)

Menurut Sony Keraf, ada delapan prinsip bisnis: (Sony Keraf dan Robert Haryono Imam 1995)

- a) Prinsip otonomi
Pengendalian diri adalah sikap dan kemauan orang untuk bertindak menurut persepsinya sendiri tentang apa yang dianggap baik untuk dilakukan.
- b) Prinsip kejujuran
Prinsip kejujuran tercermin dalam ketaatan pada ketentuan perjanjian transaksi (kontrak), penyediaan barang dan jasa dalam kaitannya dengan kualitasnya, serta hubungan kerja perusahaan.
- c) Prinsip kejahatan dan prinsip berbuat baik (amal)
Prinsip baik menuntut kita berbuat baik kepada orang lain secara aktif dan maksimal, sedangkan prinsip pasif menuntut kita untuk tidak merugikan orang lain.
- d) Prinsip keadilan
Prinsip ini mengharuskan kita untuk selalu memperlakukan orang lain sesuai dengan haknya.
- e) Prinsip harga diri
Prinsip ini menuntut kita untuk mengetahui bagaimana menghargai diri sendiri agar dihormati oleh orang lain.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa setiap pengusaha memiliki pandangan yang berbeda tentang perlunya etika dalam menjalankan bisnis. Pandangan ini tentu saja dipengaruhi oleh banyak faktor, baik internal maupun eksternal. Faktor internal seperti pemahaman agama, kepercayaan, tingkat pendidikan, faktor biologis, dll. Sedangkan faktor eksternal seperti faktor lingkungan alam dan lingkungan masyarakat.

2. Etika bisnis menurut islam

Islam adalah agama yang komprehensif dan universal. Dikatakan lengkap, karena Islam mengatur seluruh aspek kehidupan manusia. Hal ini seperti firman Allah SWT:

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِّلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَٰكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ

(سباء: ٢٨) |

“Dan Kami (Allah) tidak mengutus kamu (Muhammad), melainkan seluruh umat manusia, untuk membawa kabar gembira dan peringatan. Tetapi kebanyakan manusia tidak mengetahui.”

Dikatakan universal karena kekuatan ruang lingkup (applicability) tidak dibatasi oleh waktu dan tempat. (صَالِحٌ لِكُلِّ زَمَانٍ وَ مَكَانٍ) perdagangan atau ekonomi adalah salah satu bidang muamalah dimana Islam telah memberikan atau memberikan tanda-tanda (ketetapan). Adapun ibadah, I: (الاسراء: ١٥) وَمَا كُنَّا مُعْتَبِرِينَ حَتَّى نَبْعَثَ رَسُولًا (الاسراء: ١٥) tidak ada ibadah kecuali apa yang ditentukan dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah. Demikian firman Allah SWT:

وَمَا كُنَّا مُعْتَبِرِينَ حَتَّى نَبْعَثَ رَسُولًا (الاسراء: ١٥)

Artinya: "Dan kami tidak akan menghukum (mengadzab) sebelum mengirim utusan."

Oleh karena itu, ibadah yang dilakukan di luar ketentuan Al-Quran dan As-Sunnah tidak diperbolehkan. Untuk bidang muamalah. Islam hanya mengatur akidahnya saja, semua kegiatan muamalah boleh dilakukan selama tidak bertentangan dengan akidah tersebut dan merugikan pihak lain. Ketika kita berbicara tentang etika bisnis, kita harus mengacu pada prinsip-prinsip ekonomi Islam. Dalam hal ini, Islam menetapkan prinsip-prinsip ekonomi sebagai berikut: (Ahmad Azhar Bashir 1992)

- Islam mengidentifikasi berbagai jenis pekerjaan legal dan ilegal, tetapi hanya pekerjaan legal yang dianggap sah menurut Islam.
- Ada kebutuhan untuk mengembangkan kerja sama kemanusiaan, yaitu kerja sama yang saling menguntungkan untuk memenuhi kebutuhan.
- Nilai keadilan dalam kerjasama kemanusiaan harus selalu dijunjung tinggi.

Secara khusus, Islam telah menetapkan nilai-nilai atau etika yang harus dipatuhi dalam kegiatan bisnis. Salah satunya adalah bahwa etika dalam perdagangan (bisnis) merupakan salah satu bentuk kegiatan ekonomi. Prinsip dasar yang ditetapkan oleh Islam mengenai niaga atau niaga adalah standar kejujuran, amanah, dan keikhlasan. Menurut Abdul Manan, saat ini banyak ketidaksempurnaan pasar yang harus diwaspadai, dihilangkan jika prinsip ini diterima oleh komunitas bisnis negara-negara di seluruh dunia. (Abdul Manan 1995)

Prinsip perdagangan atau niaga sebenarnya telah banyak dijelaskan dalam Al-Quran dan As-Sunnah, antara lain:

- Larangan sumpah palsu

Dalam perdagangan (bisnis), kita dilarang membuat pernyataan palsu untuk menjual barang. Hal ini sesuai dengan sabda nabi saw. :

الْحَلْفُ مَنْفَعَةٌ لِلسَّلْعَةِ هَمْحَقَةٌ لِلْبِرْكَاتِ (رواه البخاري ومسلم)

Artinya: "Sumpah (salah/palsu) dapat mempercepat amal kebaikan, tetapi dapat merusak pahala (di dalamnya)".

- Pengukuran yang tepat

Dalam niaga/berdagang (bisnis), standar dan nilai sebenarnya dari timbangan itu harus benar-benar diutamakan, artinya kita tidak boleh mengurangi atau menambah timbangan. Itu sesuai dengan firman Allah SWT;

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ * الَّذِينَ إِذْ أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ * وَإِذَا كَالُوا لَهُمْ

أَوْ وَزَنُوا لَهُمْ يُخْسِرُونَ (المطففين: ١-٣)

Artinya: "Ini adalah kecelakaan besar bagi para penipu, khususnya mereka yang ketika mendapatkan ukuran dari orang lain meminta untuk mengisinya dan ketika mereka mengukur atau menimbang orang lain, mereka melepaskannya."

c) Niat baik

Dalam perdagangan (bisnis), niat baik adalah sifat dari bisnis itu sendiri, yaitu ketika melakukan bisnis harus didasarkan pada niat baik dan tujuan, sehingga menguntungkan semua pihak tanpa merugikan salah satu pihak. Itikad baik juga dapat menghasilkan hubungan bisnis yang baik. Karena itu Islam menganjurkan agar dalam bertransaksi harus disebutkan secara tertulis dengan menjelaskan rukun dan syaratnya.

Mengenai prinsip-prinsip tersebut di atas, Hamza Ya'cub lebih jauh menguraikan tentang prinsip-prinsip etis perdagangan (bisnis) menurut Islam sebagai berikut: (Hamzah Ya'cub 1996)

- a) Sangat jujur
- b) Menjual produk halal
- c) Menjual produk berkualitas baik
- d) Dilarang menyembunyikan item error.
- e) Dilarang bermain sumpah serapah
- f) Pengecut dan murah hati
- g) Kamu tidak boleh bersaing dengan teman, artinya kita dilarang berteman dengan cara yang salah.
- h) Penerimaan hutang, misalnya dalam hal transaksi hutang, pemberi pinjaman, debitur, alamat mereka, jumlah uang atau barang yang terutang, jangka waktu hutang dan jangka waktu pembayaran hutang harus dimasukkan atau dicatat. .

Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدِينٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُبَ
بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْبَ كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ
وَلْيَمْلِكِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْئًا

(البقرة: ٢٨٢)

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman, jika kamu tidak membayar tunai (utang) selama waktu tertentu, hendaklah kamu menuliskannya. Dan Anda menuliskannya dengan benar. Dan juru tulis tidak menolak untuk menuliskannya sebagai Allah. mengajarnya demikian dia menuliskannya dan debitur mendikte (apa yang harus ditulis) dan bertakwalah kepada Allah Tuhanmu dan Dia tidak akan mengurangi hutang itu sedikit pun.

- i) Berikan Zakat 2,5 persen sebagai pembersih.
- j) Larangan riba, yaitu kita dilarang menyalahgunakan harta karena mengandung riba. Hal ini sesuai dengan sabda Nabi:

عَنْ عَلِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ ص . م . كُلُّ قَرْضٍ
جَزْمٌ مَنْفَعُهُ فَهُوَ مِنْ وَجْهِ الرِّبَا (رواه البيهقي)

Artinya; "Setiap bunga kredit adalah salah satu dari sekian banyak jenis riba".

3. Implementasi etika bisnis Islam dalam masyarakat global

Perlindungan konsumen di era globalisasi menjadi sangat penting karena konsumen tidak

hanya memiliki hak-hak umum, tetapi juga hak-hak yang sangat spesifik. Oleh karena itu, peraturan perundang-undangan perlindungan konsumen harus memuat nilai-nilai universal dan nilai-nilai khusus sesuai dengan nilai-nilai yang berkembang di masyarakat dan nilai-nilai Islam.

Melihat pasal demi pasal Undang-Undang Perlindungan Konsumen, nampaknya banyak ketentuan yang sejalan dengan nilai-nilai bisnis Islami, walaupun isinya berbeda, tetapi isi dan tujuannya sama yaitu; melindungi konsumen, jujur ? tentang ukuran atau ruang lingkup, jujur ??dalam bisnis, menjual barang berkualitas, melarang menyembunyikan produk cacat, melarang bermain dengan lampu dan um melarang persaingan tidak sehat.

Namun, etika bisnis Islam tidak diatur dalam UU Perlindungan Konsumen pada isu-isu tertentu (regulasi), mis. larangan jual beli barang atau jasa yang haram, larangan riba dan kewajiban membayar zakat. Oleh karena itu, dukungan dari berbagai lapisan masyarakat, terutama yang beragama Islam, diperlukan untuk menekan pemerintah agar menerapkan peraturan-peraturan yang mengandung nilai-nilai Islam.

Meski tidak sepenuhnya mencerminkan nilai-nilai penegakan hukum Islam, namun tetap harus diperhatikan bagaimana kegiatan kepolisian sesuai dengan etika bisnis Islam. Menurut fungsi hukum dalam masyarakat, fungsi hukum adalah mengintegrasikan proses sosial, politik, ekonomi dan lainnya untuk menciptakan hubungan yang jelas dan mapan, yang sering disebut ketertiban umum (Satjipto Raharjo 1982), Tetapi meskipun hukum bukan sekedar alat atau instrumen yang sudah jadi, namun hukum juga bukan merupakan sumber daya yang lengkap (lengkap), melainkan hukum dipengaruhi oleh banyak faktor dan faktor.

Selain itu, Satjipto Raharjo menyatakan bahwa hukum itu sendiri harus dikembangkan agar sesuai dengan harapan masyarakat. Perkembangan hukum ini termasuk diantaranya: (Satjipto Raharjo 1982).

- a) sebuah Produk sah yang baik, yaitu yang memiliki efisiensi tinggi untuk mencapai tujuan yang diinginkan oleh karena itu membutuhkan banyak fasilitas pendukung.
- b) Masyarakat dilibatkan dalam penegakan hukum (aparatus penegak hukum) sehingga diperlukan pola pikir atau moralitas masyarakat yang taat hukum disini, baik penegak hukum maupun masyarakat itu sendiri.
- c) Dukungan terus-menerus dari kekuatan eksternal yang memungkinkan penerapan hukum secara tepat, yaitu kemauan politik pemerintah untuk melaksanakan hukum secara benar.

Simpulan

Berdasarkan uraian di atas, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- a) Ada perbedaan pendapat dalam dunia bisnis tentang perlu atau tidaknya etika dalam berbisnis. Sisi lain berpikir bahwa etika tidak apa-apa diperlukan dalam bisnis, tetapi pihak lain percaya bahwa tidak perlu perilaku etis dalam bisnis.
- b) Islam telah menetapkan nilai-nilai etika bisnis, yang bertujuan untuk melindungi konsumen dengan tulus, tidak bersumpah palsu, tidak mengurangi takaran/timbangan, tidak menjual produk cacat, menghindari riba dan menunaikan zakat.
- c) Ketentuan UU Perlindungan Konsumen yang tidak terpengaruh oleh etika bisnis Islam adalah larangan jual beli barang atau jasa ilegal, larangan riba dan kewajiban membayar zakat.
- d) Upaya penerapan etika bisnis Islam memerlukan beberapa langkah, antara lain; Legislasi tata cara yang baik didukung oleh perangkat dan perangkatnya, orang-orang spiritual/moral sebagai penegak hukum, dan penegak hukum dan masyarakat itu sendiri,

dan dukungan ekstra hukum berupa kemauan politik pemerintah untuk menegakkan hukum yang baik.

Daftar Pustaka

- Ali, Zainuddin, 2006, *Hukum Perdata Islam di Indonesia*, Sinar Grafika, Jakarta.
- Anonim, 1971, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Depag RI, Jakarta.
- Bashir, Ahmad Azhar, 1992, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam dalam Berbagai Aspek Ekonomi Islam, FE UII Bekerjasama dengan Tiara Wacana*, Yogyakarta.
- Keraf, Sony dan Robert Haryonolmam, 1995, *Etika Bisnis Membangun Citra Bisnis Sebagai Profesi Luhur*, Pustaka Filsafat, Yogyakarta.
- Labib, MZ, 2006, *Etika Bisnis dalam Islam*, Bintang Usaha Jaya, Surabaya. Lubis, Suhrawardi K, 2000, *Hukum Ekonomi Islam*, Sinar Grafika, Jakarta.
- Mahmoedin, ES, 1994, *Etika Bisnis Perbankan*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta.
- Manan, Abdul, 1995, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam, Dana Bakti Wakaf*. Yogyakarta.
- Mardiono, Hartono, 2000, *Menjalankan Syari 'at Islam dalam Bermuamalah yang Sah Menurut Hukum Nasional*, Studia Press, Jakarta.
- Pasaribu, Chairuman, dkk.,1994, *Hukum Perjanjian dalam Islam*, Sinar Grafika, Jakarta.
- Raharjo, Satjipto, 1982, *Pembangunan Hukum yang Diarahkan kepada Tujuan Nasional*, FH Undip, Semarang.
- Saefullah, E., 1998, *Product Liability Tanggung Jawab Produsen di Era Perdagangan Bebas*, *Jurnal Hukum Bisnis*, Volume 5,
- Sri Imaniyati, Neni, 2002, *Hukum Ekonomi dan Ekonomi Islam dalam Perkembangan*, Mandar Maju, Bandung.
- Suhendi, Hendi, 2002, *Fiqih Mu 'amalah*. Raja Grafindi Persada, Jakarta.
- Wilson, Rodney, 1988, *Bisnis Menurut Islam Teori dan Praktek Intermasa*. Jakarta.
- Ya'cub, Hamzah, 1996, *Etika Islam : Pembinaan Akhlaqul Karimah (Suatu Pengantar)*, CV. Diponegoro, Bandung.