

**PERLINDUNGAN KONSUMEN MELALUI TRANSAKSI *ONLINE*
ANTAR NEGARA DALAM *UNITED NATION GUIDELINE FOR
CONSUMER PROTECTION* PERSPEKTIF *MAQASHID ASY-SYARIAH*
SKRIPSI**

Diajukan Kepada
Fakultas Syariah
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Hukum



Oleh:

SHOFWATUL ALAQOH

NIM. 162.111.330

**PRODI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
SURAKARTA
2020**

**PERLINDUNGAN KONSUMEN MELALUI TRANSAKSI *ONLINE*
ANTAR NEGARA DALAM *UNITED NATION GUIDELINE FOR
CONSUMER PROTECTION* PERSPEKTIF *MAQAŞID ASY-SYARIAH***

Skripsi

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Hukum
Dalam Bidang Ilmu Hukum Ekonomi Syariah

Disusun Oleh:

SHOFWATUL ALAQOH

NIM. 162.111.330

Surakarta, 8 Oktober 2020

Disetujui dan disahkan Oleh:

Dosen Pembimbing Skripsi



Siti Kasivati, M.Ag.

NIP. 19720803 201411 2 004

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : SHOFWATUL ALAQOH
NIM : 162.111.330
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“Perlindungan Konsumen Melalui Transaksi *Online* Antar Negara Dalam *United Nation Guideline For Consumer Protection* Perspektif *Maqāṣid Asy-Syarīah*”**

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surakarta,

Penulis, 8 Oktober 2020



Shofwatul Alaqoh

NIM. 162.111.330

Siti Kasiyati, M.Ag
Dosen Fakultas Syariah
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi
Sdr : Shofwatul Alaqoh

Kepada Yang Terhormat
Dekan Fakultas Syari'ah
Institut Agama Islam Negeri (IAIN)
Surakarta

Di Surakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Shofwatul Alaqoh, NIM : 162111330 yang berjudul:

“Perlindungan Konsumen Melalui Transaksi Online Antar Negara Dalam United Nation Guideline For Consumer Protection Perspektif Maqāsid Asy-Syari'ah” Sudah dapat dimunaqasyahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Hukum dalam bidang Hukum Ekonomi Syariah.

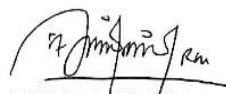
Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasyahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 8 Oktober 2020

Dosen pembimbing



Siti Kasiyati, M.Ag.

NIP. 19720803 201411 2 004

2020/12/6 21:26

REDMI NOTE 7
AI DUAL CAMERA

CS Dipindai dengan CamScanner

PENGESAHAN

**PERLINDUNGAN KONSUMEN MELALUI TRANSAKSI ONLINE
ANTAR NEGARA DALAM UNITED NATION GUIDELINE FOR
CONSUMER PROTECTION PERSPEKTIF MAQASID ASY-SYARIAH**

Disusun Oleh :

Shofwatul Alaqoh

NIM. 162.111.330

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosyah

Pada hari Senin, 19 Oktober 2020

Dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar
Sarjana Hukum (S.H) Di Bidang Ekonomi Syariah

Penguji I
Diana Zuhroh, S.Ag., M.Ag.
19740725 200801 2 008

(.....

.....)

Penguji II
Zaidah Nur Rosidah, S.H., M.H.
19740627 199903 2 001

(.....

.....)

Penguji III
Lisma, S.H., M.H.
19910922 201801 2 002

(.....

.....)

Dekan Fakultas Syariah



Dr. Ismail Yahya, S.Ag., M.A.

NIP. 19750409 199903 1 001

MOTTO

وَعَسَىٰ أَنْ تَكْرَهُوا شَيْئًا وَهُوَ خَيْرٌ لَّكُمْ ۚ وَعَسَىٰ أَنْ تُحِبُّوا شَيْئًا وَهُوَ شَرٌّ لَّكُمْ ۗ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ

Tetapi boleh jadi kamu tidak menyenangi sesuatu, padahal itu baik bagimu, dan boleh jadi kamu menyukai sesuatu, padahal itu tidak baik bagimu. Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui.

(Surat Al Baqarah 216)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, dengan mengucapkan syukur Kepada Allah SWT yang telah memberikanku kekuatan, memberikan ilmu, serta kemampuan untuk menerima hidayahnya, atas karunia yang Engkau berikan, akhirnya skripsi ini telah terselesaikan. Sholawat serta salam selalu tercurah limpahkan kepada Rosulullah Muhammad, sang pandita bahlewa dan pintu segala ilmu. Ku persembahkan karyaku ini kepada mereka yang tetap setia berada di ruang dan waktu kehidupanku, khususnya:

1. Bapak saya, Bapak Khalali, sang pengobar semangat, pejuang hebat, pendukung dalam segala proses perjalanan kehidupan, dan penunjuk toriqoh khusus yang selama ini telah diajarkannya.
2. Ibu saya, Ibu Sudarsi, panutan dalam segala perjuangan, *madrasatul ula*, motivator penggerak semangat, dan selalu berjuang demi kemaslahatan
3. Bani Jamhari dan Bani Pawiro Sudarmo yang telah mengajarkan berbagai ilmu dan pendorong perjuangan hingga saat ini.
4. Sahabat sahabati PMII Sukoharjo.
5. Seluruh penghuni Kandang Penghancur Penindasan Fakultas Syariah IAIN Surakarta.
6. Pengurus DEMA IAIN SURAKARTA Kabinet Persatuan 2018
7. Sebagai wadah penampung inspirasi Gubuk Kinasih *Corporation*
8. Saudara dalam grub KARTASURA JILID II pewarna terunik dalam kehidupan
9. Sahabat, teman keluarga HES I angkatan 2016
10. Saudara, Teman dan Sahabat seperjuangan Bahlewa Al Khadiri
11. Pejuang akhir masa studi sahabat sahabati Fakultas Syariah IAIN Surakarta tahun 2016
12. Para penghuni lapas Suaka Hewani RMK.
13. Lincak Kopi tempat paling romantis untuk mengerjakan skripsi
14. Teruntut suamiku kelak, meski namamu belum tertulis dalam persembahan ini, namun namamu telah dituliskan Allah untukku.
15. Almamater IAIN Surakarta.

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan skripsi di Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Surakarta didasarkan pada Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158/1987 dan 0543 b/U/1987 tanggal 22 Januari 1988. Pedoman transliterasi tersebut adalah :

1. Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, sedangkan dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf serta tanda sekaligus. Daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin adalah sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	Š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik di atas)

ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Ṣad	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	...’...	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We

هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	...'...	Apostrop
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	Fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	Dammah	U	U

Contoh:

No	Kata Bahasa Arab	Transiterasi
1.	كتب	Kataba
2.	ذكر	Žukira
3.	يذهب	Yazhabu

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf maka transliterasinya gabungan huruf, yaitu :

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
أ...ى	Fathah dan ya	Ai	a dan i
أ...و	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh :

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	كيف	Kaifa
2.	حول	Ḥaula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut :

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
أ...ي	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
أ...ي	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
أ...و	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	قال	Qāla
2.	قيل	Qīla

3.	يقول	Yaqūlu
4.	رمي	Ramā

4. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua (2), yaitu :

- Ta Marbutah hidup atau yang mendapatkan harakat fathah, kasrah atau dammah transliterasinya adalah /t/.
- Ta Marbutah mati atau mendapat harakat sukun transliterasinya adalah /h/.
- Apabila pada suatu kata yang di akhir katanya Ta Marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang /al/ serta bacaan kedua kata itu terpisah maka Ta Marbutah itu ditransliterasikan dengan /h/.

Contoh :

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	روضة الأطفال	Rauḍah al-aṭfāl
2.	طلحة	Ṭalḥah

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau Tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda yaitu tanda Syaddah atau Tasydid. Dalam transliterasi ini tanda Syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda Syaddah itu.

Contoh :

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	رَبَّنَا	Rabbana
2.	نَزَّلَ	Nazzala

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam bahasa Arab dilambangkan dengan huruf yaitu ال.

Namun dalam transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf Syamsiyyah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf Qamariyyah.

Kata sandang yang diikuti oleh huruf Syamsiyyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu. Sedangkan kata sandang yang diikuti oleh huruf Qamariyyah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti dengan huruf Syamsiyyah atau Qamariyyah, kata sandang ditulis dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan kata sambung.

Contoh :

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	الرجل	Ar-rajulu
2.	الجلال	Al-Jalālu

7. Hamzah

Sebagaimana yang telah disebutkan di depan bahwa Hamzah ditransliterasikan dengan apostrof, namun itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Apabila terletak diawal kata maka tidak dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa huruf alif. Perhatikan contoh berikut ini :

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
1.	أكل	Akala
2.	تأخذون	Ta'khuzūna

3.	النَّوْ	An-Nau'u
----	---------	----------

8. Huruf Kapital

Walaupun dalam sistem bahasa Arab tidak mengenal huruf kapital, tetapi dalam transliterasinya huruf kapital itu digunakan seperti yang berlaku dalam EYD yaitu digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu didahului oleh kata sandangan maka yang ditulis dengan huruf kapital adalah nama diri tersebut, bukan huruf awal atau kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan tersebut disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka huruf kapital tidak digunakan.

Contoh :

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
	و ما محمد إله الرسول	Wa mā Muḥammadun illā rasūl
	الحمد لله رب العالمين	Al-ḥamdu lillāhi rabbil 'ālamīna

9. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata baik fi'il, isim, maupun huruf ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka penulisan kata tersebut dalam transliterasinya bisa dilakukan dengan dua cara yaitu bisa dipisahkan pada setiap kata atau bisa dirangkai.

Contoh :

No	Kata Bahasa Arab	Transliterasi
----	------------------	---------------

	وإن الله هو خير الرازقين	Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqin / Wa innallāha lahuwa khairur- rāziqīn
	فأوفوا الكيل والميزان	Fa aufū al-Kaila wa al-mīzāna / Fa auful-kaila wal mīzāna

KATA PENGANTAR

Asslamu’alaikum Wr.Wb

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PERLINDUNGAN KONSUMEN MELALUI TRANSAKSI ONLINE ANTAR NEGARA DALAM UNITED NATION GUIDELINE FOR CONSUMER PROTECTION PERSPEKTIF MAQAŞID ASY-SYARIAH”**.

Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata Satu (S1) Jurusan Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah IAIN Surakarta.

Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis telah banyak mendapatkan dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Mudhofir, S.Ag., M.Pd. selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Surakarta.
2. Bapak Dr. Ismail Yahya, S.Ag., M.A. selaku Dekan Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Surakarta
3. Bapak Masjupri, S.Ag., M.Hum. selaku Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah).
4. Bapak M. Julijanto, S.Ag.,M.Ag. selaku Sekretaris Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah).
5. Bapak Anwaruddin, M.H. selaku Dosen Pembimbing Akademik saya, yang telah memberikan bimbingan dan arahan terhadap saya dalam menyelesaikan studi S1 di Jurusan Hukum Ekonomi Syariah.
6. Ibu Siti Kasiyati, M.Ag. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang sudah memberikan arahan dan dukungan dalam membuat skripsi ini.
7. Dewan Penguji, yang telah menguji skripsi ini guna membawa kualitas penulisan ke arah yang lebih baik.
8. Seluruh Dosen Fakultas Syariah yang telah memberikan ilmu-ilmunya, yang semoga bermanfaat di kehidupan yang akan datang.

9. Seluruh Staff Karyawan dan Karyawati Fakultas Syariah dan seluruh Staff karyawan perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Surakarta yang telah membantu dalam kelancaran penyusunan skripsi ini.
10. Kedua orang tua saya, Bapak Khalali dan Ibu Sudarsi. Yang telah memberikan kasih sayang beserta dukungan sepanjang masa.
11. Seluruh mahasiswa Fakultas Syariah IAIN Surakarta.
12. Almamater IAIN Surakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan. Akhirnya semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak yang membutuhkan.

Wasslamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 7 Oktober 2020

Shofwatul Alaqoh

NIM. 162.111.330

ABSTRAK

Shofwatul Alaqoh, 162111330, 2020. Perlindungan Konsumen Melalui Transaksi Online Antar Negara Dalam *United Nation Guideline For Consumer Protection* Perspektif *Maqāṣid Asy-Syarīah*, Skripsi, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah. Institut Agama Islam Negeri Surakarta

Berawal dari meningkatnya transaksi jual beli *online* yang cukup signifikan baik dalam negeri ataupun antar negara yang kemudian memunculkan kejahatan-kejahatan yang dialami oleh beberapa negara terutama Indonesia di dalam transaksi *online* itu sendiri atau *e commerce*. Sehingga *United Nations Cponference on Trade and Development* (UNTCAD) mengeluarkan sebuah produk hukum berupa *United Nation Guidelines For Consumer Protection* disingkat (UNGCP) yang mana menjadi sebuah pedoman bagi setiap negara peserta untuk melakukan reformasi hukum perlindungan konsumen. Hal ini menjadi perlu dikaji apakah produk UNTCAD tersebut relevan untuk dijadikan rujukan. Dalam pengkajian tersebut menggunakan pisau analisis yaitu *maqasid syariah*. Dalam penelitian ini bertujuan untuk menemukan apakah memiliki kesesuaian dengan aspek *Maqāṣid Asy-Syarīah* pemikiran milik Jamaluddin Attiyah

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dan termasuk jenis penelitian kepustakaan (*library research*). Sifat penelitian deskriptif analitis. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder yang meliputi bahan hukum primer yaitu Resolusi PBB No. A/RES/39/248 tanggal 16 April 1985 Tentang Perlindungan Konsumen yang menegaskan perlunya perlindungan bagi konsumen, Resolusi ini ialah *United Nation Guidelines For Consumer Protection*, bahan hukum sekunder yaitu literatur, makalah, dokumen, karya atau buku serta tulisan ilmiah, bahan hukum tersier yaitu kamus hukum, pedoman penulisan karya ilmiah, dan *Maqāṣid Asy-Syarīah* pemikiran Jamaluddin Attiyah

Dalam penelitian ini ditemukan sebuah hasil bahwa Resolusi PBB yaitu *United Nation Guidelines For Consumer Protection* telah memenuhi ketentuan *Maqāṣid Asy-Syarīah*. dalam hal ini, *maqāṣid asy-syarīah* yang memiliki sebuah fungsi meniadakan kerusakan dan menciptakan kebaikan maka UNGCP telah sesuai dengan *maqāṣid asy-syarīah*.

Kata Kunci : *Maqāṣid Asy-Syarīah*, *E commerce*, *United Nation Guidelines For Consumer Protection* (UNGCP), Perlindungan Konsumen, Jual beli

ABSTRACT

Shofwatul Alaqoh, 162111330, 2020. Consumer Protection through Online Transactions between Countries in the United Nation Guideline For Consumer Protection Perspective Maqāṣid Asy-Syarīah, Thesis, Sharia Economic Law Study Program, Faculty of Sharia. Surakarta State Islamic Institute

Starting from the significant increase in online buying and selling transactions both domestically and between countries so that UNCTAD issued a new legal product in the form of UNGCP which became a guideline for each participating country to reform consumer protection laws. It is necessary to study whether the UNCTAD product is relevant for reference. In this study using an analysis knife, namely maqasid sharia. In this study, the aim of this research is to find out whether it is compatible with the maqhosid sharia aspects.

The research method used is qualitative research and is a type of library research. The nature of descriptive analytical research. The type of data used is secondary data which includes primary legal materials, namely UN Resolution No. A / RES / 39/248 dated April 16, 1985 concerning Consumer Protection which emphasizes the need for consumer protection, this Resolution is the United Nation Guidelines for Consumer Protection, secondary legal materials, namely literature, papers, documents, works or books as well as scientific writings, legal materials tertiary, namely the legal dictionary and guidelines for writing scientific papers.

In this study, it was found that the UN Resolution, namely the United Nation Guidelines for Consumer Protection, has met the provisions of Maqashid Syariah. in this case, maqasid sharia which has a function of eliminating damage and creating goodness, UNGCP is in accordance with maqasid sharia.

Keyword: *Maqāṣid Asy-Syarīah, E commerce United Nation Guidelines For Consumer Protection (UNGCP), Consumer Protection*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI.....	iii
HALAMAN NOTA DINAS	iv
HALAMAN PENGESAHAN MUNAQASYAH.....	v
HALAMAN MOTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
HALAMAN PEDOMAN TRANSLITERASI.....	viii
KATA PENGANTAR	xvi
ABSTRAK.....	xix
DAFTAR ISI.....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Kerangka Teori.....	9
F. Tinjauan Pustaka	12
G. Metodologi Penelitian	17
H. Sistematika Penulisan.....	21
BAB II KONSEP MAQĀSID ASY-SYARIAH.....	23
A. Pengertian <i>Maqāsid Asy-Syarīah</i>	23
B. Genealogi <i>Maqāsid Asy-Syarīah</i>	25
C. Klasifikasi <i>Maqāsid Asy-Syarīah</i>	28
D. <i>Maqāsid Asy-Syarīah</i> Jamaluddin Athiyyah	34

BAB III E COMMERCE DAN United Nations Guideline For Consumer Protection (UNGCP)	40
A. <i>United Nations Guideline For Consumer Protection (UNGCP).....</i>	40
B. Sejarah Kemunculan <i>United Nations Guideline For Consumer Protection (UNGCP)</i>	41
C. Urgensi Keberadaan <i>United Nations Guideline For Consumer Protection (UNGCP)</i>	44
D. Ruang Lingkup <i>United Nations Guideline For Consumer Protection (UNGCP)</i>	49
BAB IV ANALISIS MAQĀṢID ASY-SYARIAH TERHADAP PERLINDUNGAN KONSUMEN MELALUI TRANSAKSI ONLINE ANTAR NEGARA DALAM UNITED NATION GUIDELINE FOR CONSUMER PROTECTION	85
A. Kebijakan PBB Terkait Perlindungan Konsumen Melalui Transaksi <i>Online Antar Negara Dalam United Nation Guideline For Consumer Protection.....</i>	68
B. Kebijakan PBB Terkait Perlindungan Konsumen Melalui Transaksi <i>Online Antar Negara Dalam United Nation Guideline For Consumer Protection dalam perspektif Maqāṣid Asy-Syarīah.....</i>	72
BAB V PENUTUP.....	79
A. KESIMPULAN	82
B. SARAN	82
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	
RIWAYAT HIDUP	

LAMPIRAN

United Nations Guidelines For Consumer Protection

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Teknologi ada karena kebutuhan manusia, teknologi berkembang juga atas dasar kebutuhan manusia untuk memudahkan hidup dari yang sebelumnya. Kegiatan teknologi informasi dapat digunakan sebagai sarana untuk mempermudah dalam berkomunikasi, dalam hal pencarian data beserta penyebarannya, mempermudah dalam kegiatan belajar mengajar, memudahkan dalam memberi pelayanan, dan mempermudah untuk transaksi ekonomi.

Teknologi informasi telah membuka peluang baru untuk melakukan transaksi ekonomi, selain itu perkembangan teknologi informasi telah menyebabkan dunia menjadi tanpa batas yang menyebabkan perubahan sosial secara signifikan berlangsung dengan cepat.¹

Dapat diperkirakan bahwa, dunia akan menjadi sebuah perkampungan kecil, sehingga batas-batas negara menjadi sangat kabur. Sementara itu, ekonomi global mengikuti logikanya sendiri. Dalam proses tersebut, dunia dimanfaatkan serta terjadi intensifikasi kesadaran terhadap

¹ Haris Faulidi Asnawi. 2004. *Transaksi Bisnis E-commerce Perspektif Islam*. (Yogyakarta: Magistra Insania Press), hlm. 42.

dunia sebagai satu kesatuan utuh. Namun demikian, proses globalisasi yang memungkinkan adanya arus informasi bebas hambatan melalui internet, peningkatan lalu lintas arus barang dan personalia secara internasional serta keanggotaan di dalam berbagai organisasi dunia, secara potensial memunculkan persoalan-persoalan hukum yang berdampak bagi masyarakat². Terutama dalam urusan perekonomian dunia.

Perkembangan transaksi *e-commerce* tidak terlepas dari laju pertumbuhan internet karena *e-commerce* berjalan melalui jaringan internet. Pertumbuhan pengguna internet yang sedemikian pesatnya merupakan suatu kenyataan yang membuat internet menjadi salah satu media yang efektif bagi pelaku usaha untuk memperkenalkan dan menjual barang atau jasa ke calon konsumen dari seluruh dunia. *E-commerce* merupakan model bisnis modern yang *non face* (tidak menghadirkan pelaku bisnis secara fisik) dan *non sign* (tidak memakai tanda tangan asli). Hadirnya *e commerce* memungkinkan terciptanya persaingan yang sehat antara pelaku usaha kecil, menengah, dan besar dalam merebut pangsa pasar.³

Dalam transaksi *e-commerce* telah diciptakan transaksi yang mudah, yaitu dengan tanpa perlu bertemu secara langsung bagi para pihak yang bertransaksi. Sehingga dapat dikatakan *e-commerce* merupakan penggerak munculnya ekonomi baru dalam bidang informasi. Selain keuntungan tersebut, aspek negatif dari pengembangan ini adalah berkaitan dengan

² *Ibid* hlm. 44

³ Niniek Suparni, 2001. *Masalah Cyberspace Problematika Hukum dan Antisipasi Pengaturannya. Fortun* (Jakarta: Mandiri Kary) ,hlm. 33.

persoalan keamanan dalam bertransaksi dengan menggunakan media *ecommerce*. Munculnya bentuk penyelewengan yang cenderung merugikan konsumen dan menimbulkan berbagai permasalahan hukum dalam melakukan transaksi *e-commerce* terutama pada negara anggota Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB).

Masalah perlindungan konsumen sebagai isu internasional telah dituangkan oleh Perserikatan Bangsa Bangsa (PBB) dengan mengeluarkan Resolusi PBB No. No. A/RES/39/248 Tanggal 16 April 1985 Tentang *United Nations Guidelines for Consumer Protection*.⁴ Perlindungan kepentingan konsumen dalam *United Nations Guidelines for Consumer Protection*, meliputi hal-hal sebagai berikut:

1. Perlindungan konsumen dari bahaya terhadap kesehatan dan keamanannya
2. Promosi dan perlindungan kepentingan ekonomi sosial konsumen,
3. Tersedianya informasi yang memadai bagi konsumen untuk memberikan kemampuan mereka melakukan pelatihan yang tepat sesuai kehendak dan kebutuhan pribadi
4. Pendidikan konsumen
5. Tersedianya upaya ganti rugi yang efektif
6. Kebebasan untuk membentuk organisasi konsumen atau organisasi yang relevan dan memberikan kesempatan kepada organisasi tersebut untuk

⁴ Diperoleh dari <https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=PBB+perlindungan+konsumen> (Diakses Tanggal 16 Oktober 2019)

menyuarakan pendapatnya dalam proses pengembalian keputusan yang menyangkut kepentingan mereka.⁵

Sejarah adanya perlindungan konsumen tumbuh karena adanya kesadaran akan perlunya perlindungan terhadap konsumen, negara pertama yang mulai mengembangkan gerakan perlindungan konsumen ialah Amerika Serikat, yang telah mengeluarkan beberapa ketentuan peraturan perundang undangan bagi konsumen, yaitu *the Food, Drug and Cosmetic Act*, di mana menteriannya di bawah kewenangan *the Federal Trade Commision* (FTC).⁶

Sosialisasi dan gerakan-gerakan perlindungan konsumen tersebut mulai berkembang di Eropa maupun di negara lainya. Hal ini ditandai dengan berdirinya lembaga pemerhati yang bergerak dibidang konsumen yang bersifat internasional, yakni *International Organization of Consumer Union (IOCU)* pada tanggal 1 April 1960 yang berpusat di Den Haag Belanda, dan berpindah ke London, Inggris pada tahun 1993. Dalam perkembangannya selanjutnya IOCU ini berubah nama menjadi *Consumers International (CI)*. Organisasi CI ini kemudian berkembang dan memiliki beberapa kantor regional di beberapa negara.⁷

Sejak diterimanya pedoman perlindungan konsumen antar negara pada tahun 1985, telah mencapai kemajuan yang signifikan, namun menurut *International Chamber of Commerce (ICC)* hal tersebut belum secara

3233 ⁵ Abdullah Halim Barkatullah, *Hak-Hak Konsumen*, (Bandung: Nusa Media 2006) hlm

⁶ Sidharta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, (Jakarta: Gramedia 2004), hlm 44

⁷*Ibid.*, hlm 34

konsisten diartikan sebagai upaya perlindungan konsumen yang lebih efektif dan terkoordinasi diseluruh negara terutama di negara berkembang dan di bidang perdagangan.

Dalam sejarah perlindungan konsumen di dunia maupun di Indonesia, resolusi PBB ini juga sangat berpengaruh karena memnubuhkan kesadaran perlu adanya perlindungan terhadap konsumen. Sehingga resolusi PBB ini telah mengakomodir pembentukan undangundang secara kusus yang melindungi konsumen.⁷⁸

Karena masalah hukum yang menyangkut perlindungan hukum konsumen semakin mendesak dalam hal seorang konsumen melakukan transaksi *e commerce* dalam satu negara atau berlainan negara. Di dalam jual beli melalui internet, seringkali terjadi kejahatan . Salah satunya ialah negara Indonesia sendiri yang telah menggantikan posisi Ukraina yang sebelumnya menduduki posisi pertama dalam kejahatan perdagangan melalui dunia maya. Data terebut berasal dari penelitian Verisign, yang merupakan sebuah perusahaan yang memberikan pelayanan intelejen di dunia maya yang berpusat di Calivornua Amerika Serikat. Indonesia menempati posisi pertama sebagai negara yang pengguna internetnya menjadi korban kejahatan siber diantara 26 Negara lain yang disurvei.

Pernyataan ini diperoleh dari keterangan tertulis yang diterima oleh pihak

⁷ Nasution A, *Hukum Perlindungan Konsumen: Suatu Pengantar*. (Jakarta: Diadit Media)

⁸ . Hlm 26

Tekno Liputan6.com pada Selasa 31 Mei 2016.⁹ *Kaspersky Lab* dan *B2B International* mengungkapkan Indonesia menjadi negara yang 26% konsumennya menjadi target kejahatan *online*, survey ini juga menemukan 48% konsumen menjadi target aksi penipuan yang dirancang untuk menipu dan mendapatkan informasi sensitive dan data keuangan untuk tindak criminal.¹⁰

Kejahatan di dunia maya tersebut menyangkut keberadaan pelaku usaha, barang yang dibeli, harga barang, dan pembayaran oleh konsumen. Kecurangan yang menyangkut pelaku usaha, misalnya pelaku usaha (*virtual store*) yang bersangkutan merupakan toko yang fiktif. Maka pada tahun 2015 *United Nations Guidelines for Consumer Protection* telah direvisi pada beberapa pointnya, dan memasukkan peraturan *e-commerce* di dalamnya.¹¹

Dalam Islam, negara atau sebuah organisasi antar negara wajib memenuhi hak-hak masyarakatnya atau negara anggotanya secara adil. Pemerintahan menurut Islam bersifat amanah yang akan dipertanggung jawabkan di akhirat kelak. Dalam permasalahan keadilan sosial dan ekonomi, Islam menetapkan berbagai kewajiban finansial bagi masyarakat muslim dan non muslim sesuai proporsi yang telah dikembangkan dari ketentuan dasar syariah. Jamaluddinn Athiyah, seorang ulama Maqasid

⁹ Ade Arie Sam Indradi, *Carding Modus Operandi Penyidikan dan Penindakan* (Jakarta : Grafika Indah 2006) hlm 1

¹⁰ Agustino Setyo Wardani, *Orang Indonesia Paling Banyak jadi Korban Penipuan Online*.<http://tekno.liputan6.com/read/2519790/orang-indonesia-paling-banyak-mengalamipenipuan-online>. Diakses pada 21 Oktober 2020

¹¹ Diperolehdari:https://en.m.wikipedia.org/wiki/United_Nations_Guidelines_for_Consumer_Protection (diakses pada tanggal 2 Februari 2020)

Asy-Syariah melakukan formasi Maqas}id sesuai dengan ranah kemampuan untuk mengimplementasikannya, terutama dalam bidang perekonomian suatu negara.¹²

Karena masih maraknya kejahatan *online* di dunia maya yang dialami oleh beberapa negara termasuk Indonesia, maka perlu adanya pengkajian mengenai *United Nation Guidelines for Consumer Protection* oleh Perserikatan Bangsa Bangsa (PBB) dengan Resolusi PBB No. A/RES/39/248 Tanggal 16 April 1985, sebagai pengakomodir pembentukan undang-undang secara kusus yang melindungi konsumen di dunia, dengan menggunakan pisau analisis Maqas}id Asy-Syariah. Maqas}id Asy-Syariah yang digunakan untuk menganalisis ialah Maqas}id Asy-Syariah dari pemikiran Jamaluddin Athiyah yang melakukan formasi dengan menggunakan prinsip negara kesejahteraan.

Hal ini dirasa relevan sebagai dasar untuk menganalisis resolusi PBB ini. Maka penulis mencoba untuk melakukan analisis terhadap Perlindungan Konsumen Melalui Transaksi *Online* Antar Negara Dalam *United Nation Guideline For Consumer Protection* Perspektif Maqas}id Asy-Syariah.

¹² Syamsuri dan Dadang Irsyamuddin, "Negara Kesejahteraan dan Maqas}id Syari>>>>>ah", Jurnal Ekonomi Syariah. Vol. 4 No 1, 2019, hlm 95

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, maka yang menjadi permasalahan adalah:

1. Bagaimana Kebijakan PBB Terkait Perlindungan Konsumen Melalui Transaksi *Online* Antar Negara Dalam *United Nation Guideline For Consumer Protection*?
2. Bagaimana Kebijakan PBB Terkait Perlindungan Konsumen Melalui Transaksi *Online* Antar Negara Dalam *United Nation Guideline For Consumer Protection* dalam perspektif Maqas}id Asy-Syariah Jamaluddin Athiyah?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas, penelitian ini memiliki tujuan untuk:

1. Untuk mengetahui Kebijakan PBB Terkait Perlindungan Konsumen Melalui Transaksi Online Antar Negara Dalam *United Nation Guideline For Consumer Protection*
2. Untuk mengetahui Kebijakan PBB Terkait Perlindungan Konsumen Melalui Transaksi Online Antar Negara Dalam *United Nation Guideline For Consumer Protection* dalam perspektif Maqas}id Asy-Syariah Jamaluddin Athiyah

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat teoritis penelitian ini adalah memberikan penjelasan, pemahaman dan pengetahuan mengenai proses perlindungan bagi masyarakat atau konsumen dalam Transaksi Online Antar Negara Dalam *United Nation Guideline For Consumer Protection* Perspektif Maqas}id Asy-Syariah.

2. Manfaat praktis penelitian ini adalah diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan pemikiran khususnya yang berkaitan dengan Perlindungan konsumen.

E. Kerangka Teori

Maqashid Asy-Syariah

Secara etimologi Maqashid Asy-Syariah merupakan istilah gabungan dari dua kata maqashid dan asy-syariah. Maqashid yang bermakna seperti suatu arah, tujuan. Syariah secara terminology bermakna jalan menuju mata air, yang dapat diartikan sebagai jalan kearah sumber pokok kehidupan.

Syariah secara terminology adalah teks-teks suci dari Al Qur'an dan As Sunnah yang mutawatir yang sama sekali belum dicampuri oleh pemikiran manusia. Secara terminology, maqashid asy-syariah dapat diartikan sebagai nilai dan makna yang di jadikan tujuan dan hendak direalisasikan oleh pembuat syariah (Allah) dibalik pembuatan syariah dan hukum, yang diteliti oleh para ulama mujtahid dan teks-teks syariah.¹³

Terdapat beberapa ulama yang mendefinisikan tentang maqashid syariah, yaitu sebagai berikut:

¹³ *Ibid.*, hlm 340

1. Menurut pernyataan al Syatibi dapat dikatakan bahwasanya, kandungan maqasid asy-syariah atau tujuan hukum ialah kemaslahatan umat manusia.
2. Menurut al Ghazali dapat dikatakan bahwa maqasid asy-syariah merupakan salah satu bentuk pendekatan dalam menetapkan hukum syara' selain melalui pendekatan kaidah kebahasaan yang sering digunakan oleh para ulama.¹⁴

Dari segi apa yang menjadi sasaran atau ruang lingkup, yang dipelihara dalam penetapan hukum itu, masalah dibagi menjadi lima, yaitu:

- a. Memelihara agama atau keberagamaan (H}ifz} ad>-Din)
- b. Memelihara jiwa diri atau kehidupan (H}ifz} an-Nafs)
- c. Memelihara akal (H}ifz} al- 'Aql)
- d. Memelihara keturunan (H}ifz} an-Nasl)
- e. Memelihara harta (H}ifz} al-Mal)¹⁵

Menurut al-Syatibi ada lima tujuan pokok syariat Islam yaitu dalam rangka melindungi agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Kelima pokok tersebut dinamakan dengan kulliyah al-khams atau al-qawaid al-kulliyat. Tingkatan masalah}ah ada tiga tingkatan yaitu:

- a. Ad- D}aru>riyya>t, yaitu memelihara kebutuhan yang bersifat esensial bagi kehidupan manusia. Kebutuhan yang esensial itu adalah memelihara agama,

¹⁴ Moh. Mukri, *Aplikasi Konsep Masalah Al Ghazali pada Isu-Isu Hukum Islam Kontemporer di Indonesia* (Yogyakarta: Idea Press Yogyakarta, 2012) hlm 3

¹⁵ Amir Syarifuddin, *Ushul Fiqih 2*, (Jakarta: Karisma Putra Utama) hlm 233-238

jiwa, akal, keturunan dan harta, dengan batas jangan sampai terancam. Tidak terpenuhinya atau tidak terpeliharanya kebutuhan-kebutuhan itu akan berakibat terancamnya eksistensi kelima tujuan pokok tersebut.

- b. Al-Hajjiyya, yaitu kebutuhan yang tidak bersifat esensial, melainkan termasuk kebutuhan yang dapat menghindarkan manusia dari kesulitan dalam hidupnya. Tidak terpeliharanya kelompok ini tidak akan menimbulkan kesulitan bagi mukallaf, kelompok ini erat kaitannya dengan rukhsah.
- c. Al-Tahsiiniya, yaitu kebutuhan yang menunjang peningkatan martabat seseorang dalam masyarakat dan dihadapan Tuhan-nya sesuai dengan kepatuhan.¹⁶

Jamaluddin Athiyah memiliki konsep maqasid asy-syariah yang semula banyak dikenal dengan lima maqasid Darruriyyat nya yang kemudian dijabarkan menjadi empat konsep yang lebih spesifik. maqasid asy-syariah tersebut dilihat melalui kebutuhan individu sampai dengan kelompok yang lebih besar yang sering disebut sebagai negara, hal tersebut meliputi jaminan lingkup individu, jaminan lingkup keluarga, jaminan lingkup masyarakat dan jaminan lingkup kemanusiaan.

Klasifikasi maqasid asy-syariah tersebut dapat dibagi menjadi beberapa hal berikut:

1. Ranah Individu yang meliputi:
 - a. Perlindungan jiwa personal

¹⁶ Mardani, *Ushul Fiqh*, cet.Ke-1, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 337-338.

- b. Perlindungan akal
 - c. Perlindungan menjalankan agama
 - d. Perlindungan kehormatan
 - e. Perlindungan harta Individu
2. Ranah Keluarga Meliputi
- a. Pengaturan hubungan antar Individu
 - b. Perlindungan keturunan (ras)
 - c. Perlindungan kenyamanan
 - d. Perlindungan keturunan
 - e. Pendidikan keagamaan
 - f. Penguatan hubungan antar anggota keluarga
 - g. Perlindungan keuangan keluarga
3. Ranah masyarakat meliputi
- a. Penguatan hubungan kemasyarakatan
 - b. Keamanan
 - c. Pendidikan agama dan ahlak
 - d. Tolong menolong
 - e. Penyebaran ilmu
 - f. Keadilan harta public
4. Ranah kemanusiaan meliputi
- a. Upaya saling mengenal dan mengetahui
 - b. Penetapan pimpinan
 - c. Kedamaian internasional
 - d. Pemenuhan hak hak manusia
 - e. Penyebaran dakwah islamiyah

F. Tinjauan Pustaka

Setelah Penulis mencoba menelusuri beberapa *literature*, baik bukubuku, jurnal ilmiah atau karya skripsi, penulis menemukan beberapa hasil penelitian yang membahas mengenai jual beli antar negara. Penulis juga melakukan *review* terhadap hasil-hasil karya ilmiah tersebut yang akan berguna memperjelas posisi penulis dalam penelitian ini dan memperjelas perbedaan obyek kajian yang sedang penulis kaji dan teliti

Diantaranya Skripsi yang dilakukan oleh Zain Ma'ruf Amin, mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Fakultas Syariah dan Hukum, Program Studi Ilmu Hukum, skripsi tahun 2015, pada skripsinya yang berjudul "Pelaksanaan Perlindungan Hukum Konsumen Jual Beli *Online* di Lembaga Konsumen Yogyakarta"¹⁷ Zain mencoba meneliti mengenai Perlindungan Hukum Konsumen Jual Beli *Online* di Lembaga konsumen Yogyakarta. Metode penyusunan yang digunakan ialah analisis deskriptif kualitatif. Hasil penelitian Zain adalah perlindungan yang diberikan oleh LYK kepada konsumen jual beli Online dilakukan melalui tiga cara, yakni, pendidikan, konsultasi dan advokasi. Zain menyimpulkan bahwa LKY sudah mampu memberikan perlindungan sesuai dengan Pasal 44 ayat (3) Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Mengenai persamaan dan perbedaan, persamaanya dengan hal yang akan penulis teliti ialah, mengenai sama-sama membahas mengenai

¹⁷ Zain Ma'ruf Yasin, Skripsi "Pelaksanaan Perlindungan Hukum Konsumen Jual Beli *Online* di Lembaga Konsumen Yogyakarta" (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2015) hlm 1

Perlindungan Konsumen Jual Beli Online, namun yang membuat berbeda ialah, Perlindungan Konsumen Online yang diteliti oleh Zain ialah konsumen yang terdapat pada kelembagaan Yogyakarta, sedangkan penelitian yang hendak penulis teliti ialah konsumen antar negara anggota PBB.

Penelitian selanjutnya ialah oleh Muhammad Khadafi, mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Fakultas Syariah dan Hukum, Program Studi Ilmu Hukum Konsentrasi Hukum Bisnis, skripsi tahun 2014 pada skripsinya yang berjudul “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi *E-Commerce* (Studi Kasus *E-Commerce* Melalui Sosial Media Instagram)”¹⁸ Muhammad, mencoba membahas tentang perlindungan hukum yang didapatkan oleh konsumen dalam melakukan sebuah transaksi di media elektronik. Metode yang digunakan Muhammad ialah metode penelitian yuridis normatif dengan menggunakan pendekatan konseptual (*conseptual approach*) dan pendekatan kasus (*case approach*), persamaan dengan penelitian yang akan penulis teliti, ialah membahas mengenai perlindungan konsumen bagi konsumen yang melakukan jual beli melalui media sosial, namun perbedaan dengan hal yang akan penulis teliti ialah, Muhammad mengfokuskan pada media sosial berupa Instagram, sedangkan yang akan diteliti penulis ialah semua kegiatan transaksi di media

¹⁸ Muhammad Khadafi, Skripsi “*Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce (Studi Kasus E-Commerce Melalui Sosial Media Instagram)*” (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2014) hlm 5

sosial yang dilakukan dalam transaksi jual beli *online* , dalam segala bentuk jual beli.

Penelitian berikutnya oleh Kevin Vedrick H.H dari mahasiswa, Universitas Bandar Lampung, Fakultas Hukum, Program Studi Hukum Keperdataan, skripsi tahun 2013 pada skripsi yang berjudul “Perlindungan Konsumen Berkenaan Dengan Ketidak Sesuaian Harga Dalam Promosi Diskon Secara Online”¹⁹ Kevin, mencoba meneliti mengenai Perlindungan Konsumen Berkenaan Dengan Ketidak Sesuaian Harga Dalam Promosi Diskon Secara Online. Penelitian yang digunakan oleh Kevin, ialah penelitian normatif terapan dengan tipe penelitian deskriptif.

Persamaan dengan hal yang diteliti oleh penulis ialah sama membahas mengenai perlindungan konsumen, dan sama menggunakan penelitian deskriptif namun perbedaannya ialah Kevin lebih memfokuskan pada ketidak sesuaian harga dalam promosi diskon *online*, sedangkan hal yang akan diteliti oleh penulis ialah apakah jual beli *online* dalam *United Nation Guidline For Consumer Protection* telah sesuai dengan prinsip *Maqashid Syariah*.

Penelitian berikutnya oleh Lailatul Masruroh, dari mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, Fakultas Syariah, Program Studi Hukum Bisnis Syariah skripsi tahun 2015, pada skripsi yang berjudul, “Tinjauan

¹⁹ Kevin Vedrick H.H, Skripsi “*Perlindungan Konsumen Berkenaan Dengan Ketidak Sesuaian Harga Dalam Promosi Diskon Secara Online*” (Lampung: Universitas Bandar Lampung, 2013) hlm 6

Maqasid Syari'ah Terhadap Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 20 Tahun 2009 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Pengawasan Peredaran Barang Dan/Atau Jasa (Studi Di Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Kota Malang)"²⁰.Laila menggunakan metode penelitian berupa penelitian yuridis empiris dengan pendekatan kualitatif. Dari penelitiannya Laila dapat menyimpulkan bahwa bentuk pengawasan yang dilakukan oleh Disperindang Kota Malang, ketika menemukan barang tanpa label SNI ialah mereka hanya mendatanya, dan memberikan bahwa para pelaku harus menjual barang yang dijual harus ada label SNInya, dan menurut tinjauan maqasid asy-syariah, bahwasanya pengawasan yang dilakukan oleh Disperindang ialah untuk memelihara harta (Hifd Al Mal), dan perlindungan kepada jiwa (hifd Al Nafsh).

Mengenai persamaan dan perbedaan dengan apa yang penulis teliti ialah, Laila meneliti mengenai Pelebelan SNI di kota Malang, sedangkan hal yang diteliti oleh penulis ialah, sesuatu yang melanggar hak dari konsumen jual beli *online* yang dilindungi oleh *United Nation Guidline For Consumer Protection*. Kemudian persamaanya ialah sama memfokuskan pada maqasid asy-syariah.

Penelitian berikutnya oleh Latifah Anggraini, mahasiswa UIN Walisongo Semarang, , Fakultas Syariah, Program Studi Muamalah, skripsi tahun 2015, pada skripsi yang berjudul, "*Tinjauan Hukum Islam Terhadap*

²⁰ Lailatul Masruroh, Skripsi "*Tinjauan Maqasid Syari'ah Terhadap Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 20 Tahun 2009 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Pengawasan Peredaran*

Perlindungan Konsumen Depot Air Minum Isi Ulang Di Kota Semarang”²¹

Latifah menggunakan metode analisis yang bersifat deskriptif analitik yaitu menjelaskan tentang seluruh data hasil penelitian di mulai dari gambaran

Barang Dan/Atau Jasa (Studi Di Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Kota Malang)” (Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim, 2015) hlm 8

²¹ Latifah Anggraini, Skripsi”Tinjauan Hukum Islam Terhadap Perlindungan Konsumen Depot Air Minum Isi Ulang Di Kota Semarang” (Semarang: UIN Walisongo, 2015) hlm 9
 umum perlindungan konsumen depot air minum isi ulang, untuk selanjutnya dianalisis dalam perspektif hukum Islam. untuk memperoleh data peneliti melakukan observasi, wawancara langsung pengusaha depot air minum, Disperindag, Dinkes. Serta melakukan teknik dokumentasi.²¹

Mengenai persamaan dan perbedaan dalam penelitian Laila, dengan penelitian penulis ialah, persamaanya ialah meneliti mengenai Perlindungan Konsumen, sedangkan perbedaanya Laila mencoba meneliti mengenai perlindungan konsumen hanya pada lingkup wilayah Semarang saja, sedangkan penulis meneliti mengenai perlindungan konsumen antar negara yang melakukan transaksi secara *online*.

G. Metode Penelitian

Penelitian merupakan kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan analisa dan kontriaksi, yang dilakukan secara metodologis, sistematis dan konsisten. Metodologi berarti sesuai dengan metode atau cara tertentu, sistem dalam

²¹ *Ibid*

berdasarkan suatu sistem, sedangkan konsisten berarti berdasarkan tidak adanya hal-hal yang bertentangan dalam suatu kerangka tertentu.²²

Metodologi penelitian adalah sekumpulan peraturan, kegiatan, dan prosedur yang digunakan oleh pelaku suatu disiplin ilmu. Metodologi juga merupakan analisis teoritis mengenai suatu cara atau metode.²³ Untuk mendapatkan kajian yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah, maka dalam mengumpulkan data, menjelaskan dan menyimpulkan objek skripsi ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian Kualitatif merupakan penelitian dengan konteks dan latar apa adanya bukan melakukan eksperimen yang dikontrol secara ketat atau memanipulasi variabel.²⁴

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan pendekatan naturalistik untuk mencari dan menemukan pengertian atau pemahaman tentang fenomena dalam suatu latar yang berkonteks khusus, antara lain terbagi dalam:

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian pustaka (*Library Research*), yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara membaca, menelaah dan mengkaji literatur ilmiah atau buku-buku yang terdapat dalam suatu

²² Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jakarta: Universitas Indonesia, 2008), hlm. 42.

²³ Diperoleh dari <http://rinawssuriyani.blogspot.co.id/2013/04/pengertian-metode-danmetodologi.html> (diakses pada tanggal 16 Oktober 2019).

²⁴ Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*, (Jakarta: Lemba Humanika, 2010), hlm. 10.

perpustakaan. *Library Research* adalah metode penelitian dengan pengumpulan data dari bahan tertulis (teori-teori) yang berkaitan dengan pokok-pokok masalah yang mengandalkan atau memakai sumber karya tulis kepustakaan.²⁵

Penelitian ini menggunakan metode penelitian yang bersifat *deskriptifanalitis*,²⁶ yakni mendeskripsikan atau menguraikan teori-teori yang berkaitan dengan metode yang digunakan dalam menganalisis Perlindungan

Konsumen Melalui Transaksi Jual Beli *Online* Antar Negara Dalam *United*

Nation Guidline For Consumer Protection Perspektif Maqha>sidu> Syari>ah

agar mendapatkan pemahaman yang utuh untuk dan dapat dipertanggungjawabkan.

Dalam penelitian ini penulis akan menggunakan pendekatan *Normative* yaitu dengan menggunakan pendekatan kepada maqha>sid asyariah, hukum positif, hukum perlindungan konsumen dan pendekatan *filosofis* yaitu dengan menggunakan nilai yang dibangun atau yang dicapai atau moral.

²⁵ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1997), hlm. 9.

²⁶ Penelitian deskriptif, dalam penelitian ini analisis data tidak keluar dari lingkup sampel yang digunakan. Selain itu penelitian ini bersifat deduktif dimana didasarkan pada teori atau konsep yang bersifat umum dan diaplikasikan untuk menjelaskan seperangkat data atau hubungan antar data. Penelitian analitis, penelitian yang mnitikberatkan pada analitis data yang mengarah ke populasi,

2. Sumber data

Dalam penelitian ini tidak akan terlepas dari data-data pendukung sesuai dengan tujuan penelitian. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder.

- a. Bahan Hukum Primer, dikarenakan penelitian ini merupakan kajian kepustakaan maka sumber data primernya yaitu beberapa peraturan *United Nation Guidline For Consumer Protection* yang dijadikan PBB sebagai pedoman, acuan untuk melindungi konsumen yang melakukan transaksi antar negara.
- b. Bahan Hukum Sekunder yaitu bahan hukum yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer yang bersumber dari

bersifat inferensial, dan berdasarkan data dari sample digeneralisasi yang menuju ke data populasi. Lihat Bambang Sunggono, *Metodologi Penelitian Hukum*, (Jakarta : Rajawali Press, 1997).

literatur-literatur, makalah, dokumen-dokumen, karya-karya atau buku, serta tulisan ilmiah yang berkaitan dengan penelitian *United Nation Guidline For Consumer Protection* dan maqas}id asy-syariah Jamaluddin Atthiyah.

- c. Bahan Hukum Tersier yaitu bahan hukum yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan-bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder seperti berita, kamus hukum dan pedoman penulisan karya ilmiah.

3. Teknik Pengumpulan Data

Guna memperoleh data yang valid dan kompleks terhadap perkara yang diteliti, maka dalam penulisan ini menggunakan tehnik pengumpulan

data: dokumentasi yang diperoleh dari buku-buku, jurnal-jurnal yang berkaitan dengan dengan *United Nation Guidline fon Consumer Protection* dan maqas}id asy-syariah.

4. Teknik Analisis data

Data yang telah diolah kemudian dianalisis dengan menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan metode berfikir deduktif yang berangkat dari pengetahuan yang bersifat umum untuk menemukan kesimpulan yang bersifat khusus. Dengan kata lain, penulis menguraikan secara deskriptif tentang teori-teori yang berkaitan dengan persoalan yang dibahas. Dari data yang umum akan dianalisis sehingga menghasilkan data yang bersifat khusus yang berhubungan dengan metode yang digunakan dalam Perlindungan Konsumen Melalui Transaksi Jual Beli *Online* Antar Negara Dalam *United Nation Guidline For Consumer Protection* Perspektif Maqas}id Asy-Syariah.

H. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembahasan dan penjabaran tulisan, penelitian ini akan dibagi menjadi 5 (lima) bab dengan sistematika sebagai berikut:

Bab pertama merupakan Bab Pendahuluan yang isinya antara lain memuat; latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, tinjauan pustaka, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab kedua, ini membahas tinjauan umum konsep Maqas}id AsySyariah Yang isinya terdapat empat Sub Bab antara lain, Definisi Maqas}id

Asy-Syariah., Sejarah Maqas'id Asy-Syariah., Klasifikasi Maqas'id Asy-

Syariah.. Maqas'id Asy-Syariah Jamaluddin Athiyyah.

Bab ketiga, ini membahas mengenai *United Nation Guidline For Consumer Protection*. Yang isinya terdapat Sub Bab antara lain, Definisi *United Nation Guidline For Consumer Protection*, Sejarah *United Nation Guidline For Consumer Protection*, Urgensi Keberadaan *United Nation Guidline For Consumer Protection*, Ruang Lingkup *United Nation Guidline For Consumer Protection*.

Bab keempat, dalam bab ini akan menganalisis mengenai Perlindungan Konsumen Melalui Transaksi *Online* Antar Negara Dalam *United Nation Guidline For Consumer Protection* dan *United Nation Guidline For Consumer Protection* dalam Perspektif Maqas'id AsySyariah

Bab kelima, merupakan penutup yang membicarakan tentang hasil penelitian secara khusus yang terangkum dalam kesimpulan dan dilanjutkan dengan saran-saran.

BAB II

MAQA>S}ID ASY-SYARIAH

A. Pengertian Maqa>s}id Asy-Syariah

Maqa>s}id asy-syariah secara bahasa merupakan bentuk (*jama*,) dari maqsud. Adapun asal katanya berasal dari kata verbal qashada, yang berarti menuju, bertujuan, berkeinginan dan kesengajaan. Kata maqshud-maqashid dalam Ilmu Gramatika bahasa Arab disebut dengan isim maf'ul yaitu sesuatu yang menjadi obyek, oleh karenanya kata tersebut dapat diartikan dengan tujuan, atau beberapa tujuan. Sementara asy-Syariah, merupakan sumber obyek dari akar kata syara'a yang artinya adalah jalan menuju sumber air sebagai sumber kehidupan.²⁷

Terkait dengan maqa>s}id asy-syariah tersebut, sebagaimana ungkapan al-Syatibi, "Sesungguhnya syariah itu bertujuan mewujudkan kemaslahatan manusia di dunia dan di akhirat" dan hukum-hukum di syariah kan untuk kemaslahatan hamba". Muhammad Thahir bin Asyur, pakar maqa>s}id asy-syariah yang juga guru besar di masjid Agung Ezzitouna Tunisia, mendefinisikan maqa>s}id asy-syariah dengan esensi atau hikmah yang terkandung dalam semua hukum syariat yang telah ditetapkan syariah, (Allah Swt dan Rasulnya) dan mencakup segala aspek hukum. Definisi maqa>s}id juga disampaikan oleh 'Alal al-Fasi, salah satu ulama dan pemikir Maroko, yakni maqa>s}id asy-syariah merupakan motif

²⁷ Moh Mufid, *Ushul Fiqih Ekonomi dan Keuangan Kontemporer*, hlm 165

atau beberapa rahasia yang ditetapkan oleh Allah Swt. Pada setiap hukum dari hukum syariah .pakar maqāṣid kontemporer dari Maroko, Ahmad Raisuni, juga mendefinisikan maqāṣid asy-syariah dengan tujuan-tujuan diletakkanya syariat yang tidak lain untuk kemaslahatan umat.

Beberapa definisi tersebut serta penjelasan terhadap definisi yang dikemukakan *The Founding Father Maqāṣid Asy-Syariah*, Imam Abu Ishak As Syatibi (W:790 H) mengindikasikan bahwa maqāṣid asy-syariah dalam perumusan hukum adalah untuk kemaslahatan umat manusia dengan demikian, dapat diambil benang merah bahwa maqāṣid asy-syariah merupakan segenap tujuan dari hukum-hukum yang di syariatkan Allah Swt terhadap hambanya, yang tidak lain adalah untuk menciptakan kemaslahatan.

Berangkat dari definisi di atas, maqāṣid *ekonomi* syariah berarti makna-makna, hikmah, rahasia-rahasia yang dikehendaki oleh Allah, dalam hukum-hukumnya dibidang ekonomi syariah dalam rangka merealisasikan kemaslahatan hamba di dunia dan akhirat. Tujuan dalam ekonomi syariah ini meliputi tujuan umum dan tujuan khusus yang merupakan inti dari pensyariatian hokum ekonomi syariah (*muamalat*) itu sendiri. Oleh sebab itu, prinsip-prinsip yang mengarahkan perorganisasian kegiatan-kegiatan *muamalat* pada tingkat individu dan kolektif bertujuan untuk mencapai tujuan-tujuan dalam tata social Islam. Inilah hubungan kuat antara transaksi *muamalat* dan maqāṣid asy-syariah

B. Genealogi Maqāṣid Asy-Syariah

Dalam konteks lintas sejarah, As Syatibi adalah bapak maqasid asy-syariah pertama sekaligus peletak dasar ilmu maqasid, namun itu tidak berarti bahwa sebelumnya tidak ada ilmu maqasid. Oleh sebab itu, Assyatibi lebih tepat bila disebut sarjana muslim yang pertama menyusun secara sistematis maqasid asy-syariah sebagaimana Imam Syafi'i menurut kaum Sunni sebagai peletak ilmu ushul fiqh secara sistematis.²⁸

Menurut Ahmad Raisuni, tren maqasid asy-syariah pertama kali digunakan oleh At Turmuzi Al Hakim, ulama yang hidup pada abad ke 3. Dialah, menurut Rai Sunni, yang pertama kali menyuarkan maqasid asy-syariah melalui buku-bukunya, Al Salah Wa Maqashidiha, Al Hajj wa asraru, al-'allam, Ilal as syariah, Ilal al ubudiah dan juga Al Furuq, yang kemudian diadopsi oleh Imam Al Qarafi menjadi buku karangannya.

Secara umum, sejarah maqasid dapat dibagi menjadi tiga fase

1. Fase ke Nabi an Muhammad. Fase ini adalah fase pengenalan maqasid asy-syariah yang terdapat dalam Al Qur'an dan sunnah dalam bentuk sinyal-sinyal beku yang belum tercairkan, atau hanya dalam bentuk pandangan-pandangan tersirat yang belum diteorikan.
2. Fase Sahabat dan Tabi, in terkemuka. Pada masa ini mulai diletakkan batu pertama perkembangan pesat sejarah maqasid.

²⁸ Jasser Auda, 2015, *Membumikan Hukum Islam Melalui Maqhasid Syariah*, Terjemahan, Rosidin dan 'Ali 'Abd el Mu'im, (Bandung: Mizan Media Utama) hlm 33

3. Fase teoritisasi maqasid yang banyak dielaborasi oleh para cendekiawan muslim²⁹

Terlepas dari perbedaan di atas, tentang periodisasi perkembangan teori maqasid dapat disimpulkan bahwa benang merahnya yakni bahwa teori maqasid memang telah muncul jauh sebelum As Satibi memperkenalkannya. Tetapi, Al Satibi mensistematisasi teori tersebut dalam sebuah *desain* yang lebih tertata, komunikatif dan dapat diterima oleh banyak kalangan umat Islam. Teori maqasid dipopulerkan oleh Satibi oleh salah satu karyanya yang berjudul *al-Muwafaqat fi Ushul asy-syariah*, sebuah kitab yang ditulis sebagai upaya untuk menjembatani beberapa titik perbedaan antara ulama-ulama Malikiyah dan ulama-ulama Hanafiah.³⁰

Di era al-Juwaini, maqasid masih sangat sederhana. Al Juwayni telah membagikan tiga pembagian *al maqasid asy-syariah*. Pembagian ini merupakan hasil Ijtihad intelektual *al-Juwayni* sebagai suatu konsep yang tersusun. Upaya klasifikasi itu didasarkan pada aspek kebutuhan darurat, *hajiyyat*, dan *tahsiniyyah*. Corak penulisan seperti ini turut diamini oleh as-Subki, bahkan, as-Subki secara akademis menambahkan pembahasan tentang masalah dan mafsadah.³²

²⁹ *Ibid.*, Hlm 35

³⁰ Fathurrahman Djamil, *Filsafat Hukum Islam* (Jakarta: Logos Wacana Ilmu, 1997) hlm

³² *Ibid.*, Hlm 135

Ulama ushul yang datang berikutnya menyebutkan permasalahan maqasid secara lebih jelas dan tersusun seperti dilakukan oleh al-Ghazali, al-'Izza ibn 'Abdussalam dan al-Qarafi. Selain dari ulama *Syafi'iyah* dan *Malikiyah*. Ibnu Taimiyah juga telah mengemukakan pandangan mengenai maqasid asy-syariah, dalam bukunya *Majmu' Fatwa*, yang berisi mengenai pendahuluan masalah dan menghindari mafsadah.³³

Di era kontemporer yang juga berurusan dengan Maqasid Asy-Syariah, diantaranya ialah Yusuf Al Kardawi, didalam teorinya ia membahas mengenai etika lingkungan seperti yang dituangkan dalam karyanya, *Ri'ayat al Bi'at fi Syari'at al-Islam*. Baginya melestarikan lingkungan merupakan sebagian ajaran Islam, memelihara Lingkungan hidup sama saja melaksanakan ajaran Islam, sebaliknya tindakan tidak menjaga lingkungan merupakan bentuk pengingkaran dari ajaran Islam.³⁴

Maqasid dari waktu ke waktu, Jasir Auda sebagai ulama maqasid modern telah memberikan kajian dengan sentuhan baru. Yaitu gagasan dengan pendekatan lebih filosofis. Di sini maqasid asy-syariah sebagai filsafat dan metodologi dasar untuk teori hukum klasik dan hukum

³³ Ismail Muhammad Syah, *Filsafat Hukum Islam*, (Jakarta: Bumi Aksara 1992) Hlm 65

³⁴ *Ibid.*, Hlm 68

Islam. Jasir Auda, menjadikan maqasid asy-syariah sebagai substansi pokok yang harus eksis dalam setiap ketentuannya.³⁴

C. Klasifikasi Maqasid Asy-Syariah

Menurut as-Syatibi, maqasid asy-syariah dapat dibagi menjadi dua bagian yaitu, Maqasid Asy-Syari, dan Maqasid al-Mukallaf. Maqasid asySyari terdiri dari empat bagian:

1. Qasdu asy-Syari' fi Wadh'i al-Syari'ah (Tujuan Allah dalam menetapkan Syariat)

Allah menurunkan syariat bertujuan untuk menciptakan kemaslahatan dan menghindari kemadharatan. Baik di dunia maupun di akhirat. Aturan-aturan tersebut tidak dibuat untuk syariat itu sendiri melainkan, melainkan bertujuan untuk kemaslahatan dan untuk kebaikan manusia itu sendiri. Kemudian maqasid dibagi menjadi tiga bagian yaitu:

- a. Darruriyyat yaitu memelihara kebutuhan yang bersifat primer atau pokok, bagi kehidupan manusia. Terdapat lima hal kebutuhan pokok tersebut, yaitu: agama (al din), jiwa (al-nafs), keturunan (an nasl), harta (al mal), dan akal (al 'aql).
- b. Hajiyyat yaitu kebutuhan yang sekunder atau bersifat tidak pokok. Merupakan kebutuhan yang dapat menghindarkan kehidupan manusia

³⁴ Moh Mufid, *Ushul Fiqih Ekonomi dan Keuangan Kontemporer*, hlm 7

dari kesulitan, Tidak terpeliharanya ke butuhan ini tidak mengancam lima kebutuhan dasar manusia.

- c. Tah} siniyya>t, merupakan kebutuhan tersier, yaitu kebutuhan yang menunjang peningkatan martabat manusia dalam masyarakat dan di hadapan Tuhanya.³⁵

Pada hakikatnya, ketiga tujuan tersebut, baik kelompok daru>riyyat, tah} siniyya<t, dan hajiyyat, dimaksud untuk memelihara atau mewujudkan kelima kebutuhan pokok tersebut seperti yang terpapar di atas. Berikut kelima tingkat maqa>s} id asy-syariah:

- a. Hi{f{z al Di>n (Memelihara Agama)

Menjaga agama atau memelihara agama dalam kepentingannya dapat dibagi menjadi tiga tingkat, yaitu

- 1) Menjaga agama dalam tingkat daru>riyyat, yaitu menjaga, memelihara dan melaksanakan kewajiban keagamaan yang masuk peringkat primer, seperti shalat lima waktu, puasa wajib. Ketika hal tersebut dilanggar maka akan menimbulkan kemadharatan baik di dunia atau di ahirat kelak.
- 2) Memelihara agama dalam tingkat hajiyyat, yaitu melaksanakan ketentuan agama dengan tujuan untuk menghindari kesulitan, yaitu seperti melaksanakan *shalat jama'* dan *shalat qhasar* ketika sedang

³⁵ Mardani, *Ushul Fiqih* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013) hlm 337

bepergian, jika hal ini tidak dilakukan maka akan mempersulit bagi orang yang sedang melaksanakan.

- 3) Memelihara agama dalam tingkat *tah{siniyya>t*, yaitu mengikuti petunjuk agama untuk menjunjung martabat manusia, sekaligus melengkapi pelaksanaan kewajiban terhadap Tuhan, semisal menutup aurat, baik di dalam maupun di luar *shalat*, membersihkan badan, pakaian, dan tempat yang digunakan untuk beribadah.³⁶

c. *Hi{f}z al Nafs* (Memelihara Jiwa)

Memelihara jiwa berdasarkan tingkat kepentingannya dibagi menjadi tiga peringkat:

- 1) Memelihara jiwa dalam tingkatan *daruriyyat*, seperti memenuhi kebutuhan pokok berupa makanan untuk mempertahankan hidup. Kalau kebutuhan tersebut tidak terpenuhi maka akan terancam jiwa manusia tersebut.
- 2) Memelihara jiwa dalam tingkatan *hajiyyat*, seperti diperbolehkan berburu binatang untuk menikmati makanan yang halal dan nikmat.
- 3) Memelihara jiwa dalam tingkat *tah{siniyya>t*, seperti ditetapkan tata cara makan dan minum.³⁸

d. *Hi{f}z Al-‘Aql* (Memelihara Akal)

Dilihat dari segi kepentingannya, dapat dibedakan menjadi tiga peringkat,

³⁶ Moh Mufid, *Ushul Fiqih Ekonomi dan Keuangan Kontemporer*, hlm 9 ³⁸*Ibid.*, hlm 10

- 1) Memelihara akal pada tingkat daruriyyat, seperti diharamkan meminum minuman keras, mengkonsumsi sabu-sabu dan lain sebagainya. Jika hal ini dilanrgar maka akan mempengaruhi akal
 - 2) Memelihara akal dalam tingkat hajiyyat, seperti dianjurkan untuk menuntut ilmu pengetahuan.
 - 3) Memelihara akal dalam tingkat tah{siniyya>t. Seperti menghindari menghayal, dan mendengarkan sesuatu yang tidak berfaedah.
- e. Hifz Al Nas{l (Memelihara Keturunan)

Dilihat dari kepentingannya memelihara keturunan dapat dibagi menjadi tiga peringkat,

- 1) Memelihara keturunan dalam tingkat daruriyyat semisal, disyariatkan untuk menikah dan diharamkan untuk berzina
 - 2) Memelihara keturunan dalam tingkat hajiyyat, seperti menyebutkan mahar pada suami pada waktu akad, dan diberikan hak talak kepadanya.
 - 3) Memelihara keturunan dalam tingkat tah{siniyya>t, seperti disyariatkannya khitabah atau walimah dalam perkawinan.³⁷
- f. Hi{f}z Al Ma>l (Menjaga Harta)

Dilihat dari segi kepentingannya memelihara harta dapat dibedakan menjadi tiga peringkat,

- 1) Memelihara harta pada peringkat d{aru>riyyat, seperti syariat tentang cara kepemilikan harta dan larangan mengambil harta orang lain.

³⁷ *Ibid.*, hlm 11

- 2) Memelihara harta pada peringkat hajiyyat, seperti syariat jual beli dengan cara salam.
 - 3) Memelihara harta pada peringkat tah{siniyya>t, seperti ketentuan untuk menghindari diri dari kecurangan atau penipuan.³⁸
2. Qas }du al-Sya>r'i Fi Wadh'i al Syari>'ah Lil Ifha>m (Maksud Syari' dalam menetapkan Syari'ah nya ini agar dapat dipahami)

Terdapat dua hal penting yang dibahas pada bagian ini

- a. Syari>'ah ini diturunkan dalam bahasa Arab, oleh karena itu untuk memahaminya harus diketahui seluk beluk dan uslu>b bahasa Arab. Selain itu untuk memahaminya dibutuhkan ilmu ilmu lain yang erat kaitanya dengan lisan Arab, seperti Us{u<l Fiqih, *Mantiq*, Ilmu Ma'a<ni dan lain lain. Karena Us{u<l Fiqih merupakan salah satu syarat pokok bagi seorang *mujtahid*
- b. Syari>'ah ini merupakan *Ummiyyah* maksudnya untuk dapat memahaminya tidak membutuhkan ilmu ilmu aalam, seperti ilmu hisab, kimia, fisika, dll. Hal ini dilakukan agar Syara' dapat dipahami dengan mudah oleh kalangan manusia. Apabila untuk memahami syari>'at ini memerlukan bantuan ilmu alam maka, terdapat dua kendala pemahaman dan kendala pelaksanaan. Syariah mudah dipahami dan dilaksanakan dalam bidang apa saja karena mempunyai konsep kemaslahatan.³⁹

³⁸ *Ibid.*, hlm 12

³⁹ Boedi Abdullah, *Peradaban Pemikiran Ekonomi Islam* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2011 hlm 176

3. Qas{du al-Sya>r'i fi Wadh'I al-Syari>'ah li al Takli>f bi Muqtad{aha
(Tujuan Allah dalam Menetapkan Syariah Agar dapat Dilaksanakan)

Dalam hal ini ada dua hal penting di dalamnya yaitu Takli>f (di luar kemampuan manusia). Tidaklah dianggap takli>f jika diluar kemampuan manusia. Salah satu contoh ialah ketika dikaitkan dengan kehidupan sehari-hari, obat pahit yang diberikan kepada pasien yang sedang sakit bukan berarti memberikan kesulitan baru bagi oasiannya melainkan demi kesehatan pasien itu sendiri di masa berikutnya.⁴⁰

4. Qas{du al-Sya>r'i fi Dhukhul al Mukallaf tahta Ahkam asy Syariah
(Tujuan

Allah Mengapa Individu Harus Mengerjakan Syariah)

Tujuan utama Syariat ialah harus direalisasikan di dunia dengan tujuan untuk menahann hawa nafsu seseorang .oleh karena itu setiap kegiatan atas dasar hawa nafsu menjadi batal dan tidak bermanfaat, dan sebaliknya segala perbuatan harus mengikuti syara' dan bukan hawa nafsu

D. Maqa>s}id Asy-Syariah Jamaluddin Athiyyah

Jamaluddin Athiyyah memiliki konsep maqa>s}id asy-syariah yang semula banyak dikenal dengan lima maqa>s}id Dh{aruriyya<h nya yang kemudian dijabarkan menjadi empat konsep yang lebih spesifik. Maqa>s}id asy-syariah tersebut dilihat melalui kebutuhan individu sampai dengan kelompok yang lebih besar yang sering disebut sebagai negara, hal

⁴⁰ *Ibid.*, hlm 179

tersebut meliputi jaminan lingkup individu, jaminan lingkup keluarga, jaminan lingkup masyarakat dan jaminan lingkup kemanusiaan.

Klasifikasi maqashid asy-syariah tersebut dapat dibagi menjadi beberapa hal berikut:

1. Ranah Individu yang meliputi:

a. Perlindungan jiwa personal

Dalam menjamin perlindungan jiwa personal negara diharuskan memperketat keamanan untuk menghindari potensi pertikaian. Jaminan terjaganya nyawa tersebut dari semua hal yang dapat melukai anggota badanya bahkan sampai membunuh jiwanya dengan melakukan pembayaran denda kepada korban atau keluarga korban melalui penegakkan hukum qishash. Selanjutnya kebutuhan dasar yang dibutuhkan oleh jasad harus diupayakan oleh pemerintah seperti pangan, papan, sandang, listrik, penyembuhan penyakit, dan rasa bahaya lainnya seperti kebakaran dan tenggelam. Setelah semua perangkat tersebut terlengkapi, kebebasan individu dan kehormatan manusia harus diberikan dengan batasan-batasan tertentu⁴¹

b. Perlindungan akal

Pemerintah wajib mengedepankan pendidikan dan wawasan yang tetap berhubungan dengan aqidah dan ibadah. Wawasan

⁴¹ Jamaluddin Athiyyah, *Nhwa Taf'iil Maqashid Syariah*. (Damaskus, Dasar Al Fiqr 1992) hlm 142 143

tersebut harus dilengkapi dengan pelatihan keterampilan dan kemampuan untuk digunakan sebagai modal dalam dunia kerja.

c. Perlindungan menjalankan agama

Rakyat diupayakan oleh pemerintah sebisa mungkin terhindar dari moral-moral tercela yang merusak sistem kerja otak seperti, sombong, mengikuti hawa napsu dan perkelahian sehingga mereka dapat menggunakan akal yang fitroh. Pemerintah selayaknya menjamin seseorang untuk dapat menegakkan akidah yang kaut dari faktor-faktor perusaknya.⁴²

d. Perlindungan kehormatan

Kehormatan seseorang akan terjaga dengan menjauhkan perilaku personal akan permusuhan dengan menjaga pembicaraan dengan menghindari tuduhan palsu terutama zina dan ghibah.

Jamaluddin Athiyyah memiliki pendapat yang sama dengan Ibnu Asyur yang menyatakan jaminan individu berada dalam tingkat sekunder.⁴³

e. Perlindungan harta Individu

Perangkat pemerintah wajib merencanakan kebijakan transaksi pekerjaan seperti hukum, kepemilikan, hukum warisan, dan pemanfaatan lahan kosong, untuk membuka lapangan

⁴² *Ibid.*, hlm 146

⁴³ *Ibid* hlm 147

pekerjaan yang halal untuk menjaga keuangan individu rakyatnya. Kemudian kebijakan tersebut akan diikuti dengan himbauan berinfag, dan menghindari tabdzir serta hukuman hudud bagi pelaku kejahatan yang berhubungan dengan kepemilikan harta.

2. Ranah Keluarga Meliputi

a. Pengaturan hubungan antar Individu

Hubungan individu di dalam sebuah keluarga yang tidak teratur akan menyebabkan ketidak teraturan silsilah dalam keluarga. Oleh karena itu negara berkewajiban untuk memberantas perzinaan dan segala hal yang menjadi pemicunya. Selanjutnya sebagai konsekuensi dari kebijakan tersebut pemerintah harus mempermudah pernikahan agar rakyat terhindar dari fitnah pergaulan antar jenis tersebut.⁴⁴

b. Perlindungan keturunan (ras)

Keturunan yang dimaksud di sini adalah keturunan yang menentukan nama besar ras dan keluarga. Suatu ras akan menfalami kepunagan jika mereka melakukan praktek reproduksi dengan cara terlarang seprti LGBT. Kebijakan mengenai pelarangan aborsi juga harus ditegakkan untuk menjamin keberlangsungan ras.⁴⁵

c. Perlindungan kenyamanan

⁴⁴ *Ibid.*, hlm 149

⁴⁵ *Ibid.*, hlm 150

Negara mempunyai peran penting untuk hal-hal yang berhubungan dengan kenyamanan, cinta, dan kasih sayang dalam keluarga. Setidaknya suatu pemerintah dalam sebuah negara dapat menjamin keamanan dalam sebuah keluarga.

d. Perlindungan keturunan

Keturunan dalam skala ini berhubungan dengan keluarga garis ke bawah yang meliputi anak. Untuk melakukan jaminan keluarga tertentu, negara harus menegakkan perencanaan praktek zina, aborsi. Pelaksanaan mengenai kebijakan masa iddah diberlakukan untuk menjaga kelangsungan hidup calon bayi.

e. Pendidikan keagamaan

Negara harus merencanakan kebijakan untuk kepala keluarga sebagai penanggung jawab utama agama anggota keluarga dengan mengajari anak dan istrinya mengenai agama.⁴⁶

f. Penguatan hubungan antar anggota keluarga

Negara berkewajiban memberikan peraturan mengenai hubungan hak dan kewajiban antar suami istri, anak orang tua, tetangga, kerabat, dll.

g. Perlindungan keuangan keluarga

Pemerintah selayaknya mengatur ketentuan mahar, pemberian berbagai macam nafkah, warisan wakaf keluarga, denda dan peraturan mengenai harta lainnya.

⁴⁶ *Ibid.*, Hlm 151-152

3. Ranah masyarakat meliputi

a. Penguatan hubungan kemasyarakatan

Dalam berjalanya suatu kesatuan masyarakat, pemerintah layaknya mendirikan berbagai macam lembaga kemasyarakatan demi tercukupinya kebutuhan masyarakat yang berupa baitul mal, masjid, dan lembaga wakaf.⁴⁷

b. Keamanan

Keamanan masyarakat dijamin dari segi internal dan eksternal. Mereka menginginkan keamanan tersebut demi kelangsungan seluruh aktifitas religi dan sosial mereka dengan lancar.⁴⁸

c. Pendidikan agama dan ahlak

Untuk kebutuhan tersebut pemerintah wajib mempersiapkan kekuatan militer yang kuat agar dapat mencegah dan menghasilkan keadilan yang dibutuhkan dalam kehidupan individu keluarga masyarakat, pergaulan dengan orang lain, dalam penentuan keputusan hukum, dan dalam disiplin hukum.

d. Tolong menolong

Zakat, Wakaf, dan donasi lainnya adalah bentuk nyata bahwa masyarakat saling membutuhkan dan mengerti bahwa mereka tidak dapat hidup sendiri.

⁴⁷ Syamsuri. *Negara Kesejahteraan dan Maqashid Syariah: Analisis Pemikiran Jamaluddin Athiyyah*, Jurnal Ekonomi Syariah. Vol 4 No. 1 Februari 2019. hlm 94

⁴⁸ *Ibid.*, Hlm 95

e. Penyebaran ilmu

Lembaga kemasyarakatan tersebut akan mendukung program pendidikan dan pengajaran kemasyarakatan pada fase yang lebih jauh

f. Keadilan harta public

Mereka tidak hanya termotifasi untuk mendapatkan keuntungan pribadi, akan tetapi menciptakan keadilan sosial ekonomi melalui berbagai macam bentuk filantropi

4. Ranah kemanusiaan meliputi

a. Upaya saling mengenal dan mengetahui

Dalam hal ini pemerintah mempunyai peran penting dalam menjamin kehidupan sosial masyarakatnya.

b. Penetapan pimpinan

Penetapan ini juga perlu perhatian khusus dari pemerintah, setidaknya menjamin kenyamanan dan kedamaian dalam menentukan seorang pimpinan yang melibatkan masyarakat.

c. Kedamaian internasional

d. Pemenuhan hak hak manusia

e. Penyebaran dakwah islamiah ⁴⁹

⁴⁹ *Ibid.*, hlm 95

BAB III

UNITED NATION GUIDELINE FOR CONSUMER PROTECTION

A. *United Nations Guideline For Consumer Protection (UNGCP)*

United Nations Guideline For Consumer Protection (UNGCP) adalah seperangkat prinsip berharga yang menetapkan karakteristik utama dari undang-undang perlindungan konsumen yang efektif, lembaga penegakan dan sistem pemulihan. Selain itu, pedoman tersebut membantu negara-negara anggota yang berminat dalam merumuskan dan menegakkan hukum dalam negeri dan regional, peraturan dan peraturan yang sesuai dengan keadaan ekonomi, sosial dan lingkungannya; Mereka juga membantu mempromosikan kerja sama penegakan internasional di antara negara-negara anggota dan mendorong berbagi pengalaman dalam perlindungan konsumen.⁵⁰

Guideline pertama kali diterapkan oleh majelis umum dalam resolusi 39/248 16 April 1985, kemudian diperluas oleh dewan ekonomi dan sosial dalam resolusi 1999/7 pada 26 juli 1999, dan direvisi dan diadopsi oleh majelis umum dalam resolusi 70/186 22 desember 2015.⁵¹

Konferensi PBB tentang perdagangan dan pembangunan mempromosikan petunjuk dan mendorong negara-negara anggota yang berminat untuk menciptakan kesadaran akan banyak cara di mana negara-negara anggota, bisnis dan masyarakat sipil dapat mendorong

⁵⁰ *United Nation Guidelines For Consumers Protection* (New York 2003)

⁵¹ *Ibid*

perlindungan konsumen dalam penyediaan barang dan jasa publik dan swasta.⁵²

B. Sejarah Kemunculan *United Nations Guideline For Consumer*

Protection (UNGCP)

Kemunculan UNGCP berawal dari sebuah pidato yang membahas mengenai Hak-hak konsumen yang disampaikan oleh Kennedy menginspirasi dan dikembangkan lagi oleh penggantinya yakni presiden L.B. Johnson., ia juga memperkenalkan perlindungan konsep hukum baru yang berkenaan dengan perlindungan konsumen, yakni *product warranty* dan *product liability*. Selain itu, jasa presiden L.B. Jhonson dalam perlindungan konsumen di Amerika Serikat yakni berhasil mengajukan rancangan undang-undang tentang “*lending charges*” dan “*packaging practices*” yang disetujui oleh Kongres Amerika Serikat pada tahun 1967 dan 1968.⁵³

Disetujuinya undang-undang di bidang perlindungan konsumen oleh Kongres Amerika Serikat tidak terlepas dari sosialisasi dan gerakan perlindungan konsumen yang terus menerus terjadi di Amerika Serikat. Salah satu publikasi hasil riset di bidang perlindungan konsumen menggugah kesadaran pihak legislatif dan yudikatif di Amerika Serikat yakni publikasi penelitian yang dilakukan oleh Ralp Nader dalam buku yang berjudul “*Unsafe at Any Speed*”. pada tahun 1966. Publikasi ini

⁵² *Ibid*

⁵³ Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, (Jakarta: Grasindo 2004) hlm 45

menyimpulkan bahwa mayoritas kendaraan bermotor yang diproduksi di Amerika Serikat mengabaikan keselamatan pengendaranya.⁵⁴

Sosialisasi dan gerakan-gerakan perlindungan konsumen kemudian juga berkembang di berbagai negara baik di Eropa maupun di belahan bumi lainnya. Hal ini ditandai dengan berdirinya organisasi atau lembaga pemerhati yang bergerak di bidang perlindungan konsumen yang bersifat internasional, yakni *International Organization of Consumer Union (IOCU)* pada tanggal 1 April 1960 yang berpusat di Den Haag Belanda, dan berpindah ke London, Inggris pada tahun 1993. Dalam Perkembangannya selanjutnya IOCU ini berubah nama menjadi *Consumers International (CI)*. Organisasi CI ini kemudian berkembang dan memiliki beberapa kantor regional di beberapa negara.⁵⁵

Pada tahap selanjutnya, perkembangan aspek perlindungan konsumen terjadi di beberapa negara di belahan dunia, dengan pembentukan undang-undang perlindungan konsumen. Negara-negara tersebut antara lain.⁵⁶

Setelah pengakuan perlindungan konsumen oleh beberapa negara di dunia dengan membentuk undang-undang perlindungan konsumen, akhirnya pada tahun 1985, Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) mengakomodir kepentingan-kepentingan konsumen. Salah satu pengakuan PBB terhadap perlindungan konsumen, PBB mengeluarkan

⁵⁴ *Ibid.*, hlm 47

⁵⁵ *Ibid.*, hlm 37

⁵⁶ *Ibid.*, hlm 38

Resolusi PBB No. A/RES/39/248 Tanggal 16 April 1985 Tentang Perlindungan Konsumen yang menegaskan perlunya perlindungan bagi konsumen. Resolusi PBB ini populer dengan sebutan *Guidelines for Consumer Protection*, yang telah menetapkan perlindungan kepentingan-kepentingan konsumen. Perlindungan kepentingan konsumen dalam *Guidelines for Consumer Protection* meliputi hal-hal sebagai berikut⁵⁷

1. Perlindungan konsumen dari bahaya-bahaya terhadap kesehatan dan keamanannya;
2. Promosi dan perlindungan kepentingan ekonomi sosial konsumen;
3. Tersedianya informasi yang memadai bagi konsumen untuk memberikan kemampuan mereka melakukan pelatihan yang tepat sesuai kehendak dan kebutuhan pribadi;
4. Pendidikan konsumen;
5. Tersedianya upaya ganti rugi yang efektif;
6. Kebebasan untuk membentuk organisasi konsumen atau organisasi lainnya yang relevan dan memberikan kesempatan kepada organisasi tersebut untuk menyuarakan pendapatnya dalam proses pengambilan keputusan yang menyangkut kepentingan mereka.⁵⁸

⁵⁷ Abdul Halim Barakatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-commerce (Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia)* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006) hlm 33

⁵⁸ *Ibid.*, hlm 34

C. Urgensi Keberadaan *United Nations Guideline For Consumer Protection* (UNGCP)

Di Amerika Serikat, gerakan awal perlindungan hukum bagi konsumen ditandai oleh tujuan dan filosofi bahwa pengaturan dimaksudkan untuk memberikan bantuan atau perlindungan terhadap konsumen yang berpenghasilan rendah (*low-income consumer*), memperbaiki cara distribusi dan kualitas barang dan jasa di pasar dan meningkatkan persaingan antara pelaku usaha.⁵⁹

Oughton dan Lowry memandang hukum perlindungan konsumen (*consumer protection law*) sebagai sebuah fenomena modern yang khas abad kedua puluh, namun sebagaimana ditegaskan dalam perundangundangan, perlindungan hukum bagi konsumen itu sendiri dimulai seabad lebih awal.⁶⁰

Dalam hal ini, Purba berpendapat sebagai berikut.⁶¹ Perlindungan hukum bagi konsumen sebagai satu konsep terpadu merupakan hal baru, yang perkembangannya dimulai dari negara-negara maju. Namun demikian, saat sekarang konsep ini sudah tersebar ke bagian dunia lain.

Lebih jauh menurut Purba terdapat sendi-sendi.⁶² Pokok pengaturan perlindungan hukum bagi konsumen, sebagai berikut:

1. Kesederajatan antara konsumen dan pelaku usaha

⁵⁹ A. Zen Umar Purba, "*Perlindungan Konsumen: Sendi-sendi Pokok Pengaturan*", Hukum dan Pembangunan, Tahun XXII, Agustus 1992, hlm. 393

⁶⁰ *Ibid.*, hlm 394

⁶¹ *Ibid.*, hlm 395

⁶² AZ. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen*. (Jakarta: Diadit Media 2002), hlm 8

2. Konsumen mempunyai hak
3. Pelaku usaha mempunyai kewajiban
4. Pengaturan mengenai perlindungan hukum bagi konsumen menyumbang pada pembangunan nasional
5. Pengaturan tidak merupakan syarat
6. Perlindungan hukum bagi konsumen dalam iklim hubungan bisnis yang sehat
7. Keterbukaan dalam promosi produk
8. Pemerintah berperan aktif
9. Peran serta masyarakat
10. Implementasi asas kesadaran hukum
11. Perlindungan hukum bagi konsumen memerlukan penerobosan konsep-konsep hukum tradisional
12. Konsep perlindungan hukum bagi konsumen memerlukan penerobosan konsep-konsep hukum.

Sebagai sebuah sistem, penyelenggaraan perlindungan hukum bagi konsumen tidak dapat dilepaskan dari konteks pembangunan nasional. Dapat dikatakan adanya konsep keterpaduan pada Undang-undang Perlindungan Konsumen, dalam penyelenggaraan perlindungan hukum bagi konsumen.

Bila dibandingkan dengan konsiderans UUPK, latar belakang perlindungan hukum bagi konsumen ini dilandasi motif-motif yang dapat diabstraksikan sebagai berikut:⁶³

1. Mewujudkan demokrasi ekonomi
2. Mendorong diversifikasi produk barang dan atau jasa sebagai sarana peningkatan kesejahteraan masyarakat luas pada era globalisasi, serta menjamin ketersediaannya
3. Globalisasi ekonomi harus tetap menjamin peningkatan kesejahteraan masyarakat luas serta kepastian mutu, jumlah, keamanan barang dan atau jasa
4. Peningkatan harkat dan martabat konsumen melalui hukum (UUPK) untuk mewujudkan keseimbangan perlindungan kepentingan konsumen dan pelaku usaha dalam suatu perekonomian yang sehat. Kemudian penting pula diperhatikan mengenai Perlindungan hak-hak konsumen. Walaupun sangat beragam, secara garis besar hak-hak konsumen dapat dibagi dalam tiga hak yang menjadi prinsip dasar, yaitu:
 - a. Hak yang dimaksudkan untuk mencegah konsumen dari kerugian, baik kerugian personal, maupun kerugian harta kekayaan;
 - b. Hak untuk memperoleh barang dan/atau jasa dengan harga wajar;
dan

⁶³ *Ibid.*, hlm 9

- c. Hak untuk memperoleh penyelesaian yang patut terhadap permasalahan yang dihadapi.

Guidelines for Consumer Protection of 1985, yang dikeluarkan oleh Persatuan Bangsa-Bangsa (PBB) menyatakan “Konsumen di manapun mereka berada, dari segala bangsa, mempunyai hak-hak dasar sosialnya” Maksud hak-hak dasar tersebut adalah hak untuk mendapatkan informasi yang jelas, benar, dan jujur; hak untuk mendapatkan ganti rugi; hak untuk mendapatkan kebutuhan dasar manusia (cukup pangan dan papan); hak untuk mendapatkan lingkungan yang baik dan bersih serta kewajiban untuk menjaga lingkungan; dan hak untuk mendapatkan pendidikan dasar. PBB menghimbau seluruh anggotanya untuk memberlakukan hak-hak konsumen tersebut di negara masing-masing.⁶⁴

Pengaturan perlindungan hukum bagi konsumen dilakukan dengan:

1. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung akses dan informasi, serta menjamin kepastian hukum
2. Melindungi kepentingan konsumen pada khususnya dan kepentingan pelaku usaha.
3. Meningkatkan kualitas barang dan pelayanan jasa

⁶⁴ Abdul Halim Barakatullah”*Urgensi Perlindungan Hak-hak Konsumen Dalam Transaksi Di E-Commerce*”, Jurnal Hukum, Vol. 2, No 5. 2007, hlm 257

4. Memberikan perlindungan hukum kepada konsumen dari praktik usaha yang menipu dan menyesatkan
5. Memadukan penyelenggaraan, pengembangan, dan pengaturan perlindungan hukum bagi konsumen dengan bidang-bidang perlindungan pada bidang-bidang lainnya

D. Ruang Lingkup *United Nations Guideline For Consumer Protection* (UNGCP)

Dalam Ruang Lingkup *United Nation for Consumer Protection* mencakup beberapa hal yaitu:⁶⁵

1. Obyek

Dalam hal ini, obyek yang tercantum dalam *United Nations Guideline For Consumer Protection* (UNGCP) membahas mengenai pertimbangan dalam hal minat dan kebutuhan konsumen di semua negeri, khususnya di negara berkembang. Hal ini karena ada kesadaran mengenai ketidak seimbangan yang sering dialami oleh konsumen dalam hal tingkat ekonomi, tingkat pendidikan, dan tingkat tawar-menawar. Karena konsumen juga memiliki hak untuk memperoleh produk-produk yang aman dan tidak berbahaya, dalam berbagai hal, yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan.⁶⁸ Terutama dalam transaksi jual beli online antar negara, baik negara berkembang ataupun negara yang telah maju. Mengenai jual beli online ini juga sangat perlu adanya usaha untuk menyeimbangkan beberapa hal yang telah

⁶⁵ *United Nation Guidelines For Consumers Protection* (New York 2003) hlm 6 ⁶⁸ *Ibid.*, hlm 6

disebutkan di atas, maka sangat perlu diperhatikan hak-hak konsumen dalam melakukan transaksi baik online maupun secara langsung.

Perlindungan konsumen dalam *United Nations Guideline For*

Consumer Protection memiliki tujuan sebagai berikut:

- a. Untuk membantu negara anggota dalam memperoleh atau mempertahankan perlindungan yang memadai bagi mereka sebagai konsumen.
- b. Untuk mempermudah pola produksi dan distribusi yang tanggap terhadap kebutuhan konsumen.
- c. Untuk mendorong tingkah laku etika yang baik, bagi produsen yang sedang memproduksi barang dan menyalurkan barang dan jasa kepada konsumen.
- d. Untuk membantu negara-negara dalam membatasi praktek bisnis yang curang oleh semua perusahaan pada tingkat nasional dan internasional yang berdampak buruk terhadap konsumen.
- e. Untuk memfasilitasi pembangunan kelompok konsumen independen.
- f. Untuk memajukan kerja sama internasional dalam bidang perlindungan konsumen
- g. Untuk mendorong perkembangan kondisi pasar yang memberikan konsumen pilihan yang lebih besar dengan harga yang lebih murah.

h. Untuk mendorong konsumsi berkelanjutan.⁶⁶

2. Prinsip umum

Prinsip umum berisi mengenai hal hal yang harus dilakukan Pemerintah untuk mengembangkan atau mempertahankan kebijakan perlindungan konsumen yang kuat dengan mempertimbangkan pedoman yang tercantum dibawah perjanjian internasional yang relevan. Dengan demikian, setiap pemerintah harus menetapkan prioritasnya sendiri untuk perlindungan konsumen sesuai dengan keadaan ekonomi sosial dan lingkungan negara serta kebutuhan penduduknya.⁶⁷

Kebutuhan yang pedoman maksud untuk dipenuhi adalah sebagai berikut:

- a. Perlindungan konsumen dari bahaya, kesehatan dan keselamatan konsumen.
- b. Promosi dan perlindungan kepentingan ekonomi para konsumen
- c. Para konsumen bisa memperoleh informasi yang memadai sehingga mereka bisa membuat pilihan yang terinformasi sesuai dengan keinginan dan kebutuhan individu.
- d. Pendidikan konsumen, termasuk pendidikan tentang lingkungan, sosial dan ekonomi dampak dari pilihan konsumen

⁶⁶ *Ibid.*, hlm 6

⁶⁷ hlm 9

Ibid.,

- e. Ketersediaan pengembalian konsumen yang efektif
- f. Kebebasan untuk membentuk konsumen dan kelompok atau organisasi lain yang berhubungan dan kesempatan dari organisasi semacam itu untuk menyajikan pandangan mereka dalam proses pengambilan keputusan yang memengaruhi mereka;
- g. Promosi pola konsumsi berkelanjutan.
- h. Pola produksi dan konsumsi yang tidak berkelanjutan, khususnya di negara-negara maju, adalah penyebab utama terus merosotnya lingkungan global.⁶⁸
- i. Kebijakan untuk mendorong konsumsi berkelanjutan harus memperhitungkan tujuan memberantas kemiskinan, memenuhi kebutuhan dasar manusia semua anggota masyarakat, dan mengurangi ketimpangan dalam dan antar negara.
- j. Pemerintah harus menyediakan atau mempertahankan infrastruktur yang memadai untuk mengembangkan, menerapkan dan memantau kebijakan perlindungan konsumen. Pelayanan khusus harus dijalankan untuk memastikan bahwa langkah-langkah untuk perlindungan konsumen diterapkan demi manfaat semua sektor penduduk terutama penduduk pedesaan dan hidup dalam kemiskinan

⁶⁸ hlm 11
Ibid.,

- k. Semua perusahaan harus mematuhi hukum yang relevan dari negaranegara dimana mereka melakukan bisnis. Mereka juga harus mematuhi standar-standar internasional yang pantas bagi perlindungan konsumen. yang disetujui oleh otoritas kompeten negara tersebut. (inilah rujukan standar internasional dalam petunjuk ini hendaknya dilihat dalam konteks paragraf ini)
 - l. Potensi peran positif universitas dan perusahaan publik dan swasta dalam penelitian harus dipertimbangkan ketika mengembangkan kebijakan perlindungan konsumen.
3. Petunjuk

Petunjuk yang dimaksud ialah hal yang digunakan sebagai petunjuk yang diberlakukan untuk barang, jasa, ekspor maupun impor. Dalam hal ini untuk menerapkan pada prosedur atau peraturan apapun untuk perlindungan konsumen, harus dipastikan bahwa hal ini tidak menjadi hambatan bagi perdagangan internasional dan tetap konsisten dengan kewajiban perdagangan internasional.⁶⁹

Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam pedoman ini, ialah sebagai berikut:

- a. Keamanan Fisik

⁶⁹ *Ibid.*, hlm 20
Ibid.,

Keamanan fisik disini ialah bukan hal yang bertujuan sebagai keamanan tubuh seseorang melainkan anjuran yang diberlakukan untuk pemerintah dalam mengambil langkah-langkah yang tepat dalam sistem hukum, peraturan keselamatan, standart nasional dan internasional, memastikan bahwa produk tersebut aman.⁷⁰

Kebijakan yang tepat harus memastikan bahwa jika produsen atau distributor menyadari bahaya yang tak terduga setelah produk ditempatkan di pasar, mereka harus memberi tahu pihak berwenang yang relevan. Pemerintah juga harus mempertimbangkan cara agar konsumen mengetahui tentang bahaya tersebut. Kebijakan fisik yang dimaksud dalam pedoman perlindungan konsumen ialah sebagai berikut:

- 1) Praktek bisnis yang baik
- 2) Informasi yang jelas dan tepat waktu untuk memungkinkan konsumen untuk menghubungi pembisnis dengan mudah.
- 3) Mengenai barang-barang atau jasa yang tersedia harus jelas dan tepat waktu dengan adanya bisnis dan ketentuan serta kondisi transaksi yang relevan.
- 4) Memberikan penjelasan secara singkat dan mudah untuk

⁷⁰ hlm 21
Ibid.,

memahami istilah-istilah kontrak yang tidak adil.

- 5) Proses transparan untuk konfirmasi, pembatalan, dan pengembalian transaksi
- 6) Amankan mekanisme pembayaran.
- 7) Adanya solusi baru untuk sebuah sengketa transaksi yang harganya terjangkau dan cepat.
- 8) Keamanan privasi konsumen dan keamanan data
- 9) Pendidikan bisnis untuk konsumen.⁷¹

Negara-negara anggota juga harus berusaha memastikan bahwa badan-badan perlindungan konsumen memiliki sumber daya manusia dan finansial yang diperlukan untuk mendorong kepatuhan yang efektif dan untuk memperoleh atau memfasilitasi prosedur bagi konsumen dalam kasus-kasus yang tepat.

b. Keselamatan Fisik

Keselamatan fisik yang dimaksud dalam peraturan ini ialah tanggung jawab Negara Anggota kepada konsumen negaranya untuk menjamin segala hal seperti sistem hukum, keselamatan, jaminan barang aman, penggantian barang ketika terjadi kecacatan, memastikan produsen dan

⁷¹ hlm 21
Ibid.,

distributor mengenai barang yang diproduksi tidak berbahaya bagi konsumen dan layak diterima konsumen.⁷²

c. Produksi dan Perlindungan Kepentingan Ekonomi Konsumen

Produksi dan perlindungan kepentingan ekonomi konsumen merupakan suatu hal yang mengedepankan kepentingan perlindungan konsumen dengan tujuan agar mengoptimalkan sumber ekonomi bagi konsumen. Hal ini juga bertujuan untuk pencegahan praktik ekonomi yang curang, mencegah adanya praktik bisnis yang berbahaya. Jelasnya manfaat barang yang diproduksi. Mendorong persaingan yang sehat antar produsen, adanya persediaan suku cadang, mencegah kredit yang

⁷² hlm 22
Ibid.,

tidak bermoral, pengiklanan dan praktik penjualan telah sesuai dengan tujuan hukum.⁷³

d. Standart Keamanan dan Kualitas Barang dan Jasa Konsumen

Dalam hal ini, yang tercantung dalam pedoman pada point c, yaitu petunjuk, menjelaskan mengenai hal-hal yang dikatakan telah sesuai dengan standart keamanan dan kualitas barang dan jasa apabila negara anggota PBB telah merumuskan dan mempromosikan standart yang telah sesuai di tingkat nasional dan internasional bagi kualitas barang dan jasa. Apabila terdapat standart lebih rendah dari standart internasional, maka diupayakan untuk menaikkan standart tersebut segera mungkin. Negara anggota harus menyediakan fasilitas pengujian standart kualitas kinerja barang dan jasa.⁷⁴

e. Fasilitas Distribusi Untuk barang Konsumen Penting dan Layanan

Untuk hal tersebut, negara anggota harus menerapkan atau mempertahankan kebijakan untuk memastikan distribusi yang efisien.⁷⁸

f. Sengketa Resolusi Dan Ganti Kepada Konsumen

Negara-negara anggota harus mendorong pengembangan mekanisme yang adil, efektif, transparan dan tidak memihak untuk

⁷³ *Ibid.*, hlm 23

⁷⁴ *Ibid.*, hlm 23 ⁷⁸

Ibid., hlm 24

mengatasi keluhan konsumen melalui resolusi sengketa administratif, peradilan dan alternatif, termasuk untuk kasus-kasus lintas-perbatasan.

1) Negara-negara anggota harus mendorong semua usaha untuk menyelesaikan sengketa konsumen dalam hal yang jelas, adil, transparan, murah, dapat diakses dan tidak formal, dan membentuk mekanisme sukarela, termasuk pelayanan konsultasi dan prosedur keluhan tidak resmi, yang dapat memberikan bantuan kepada konsumen.⁷⁵

2) Informasi tentang tindakan pemulihan yang tersedia dan prosedur lain yang dapat diselesaikan dengan perdebatan harus disediakan bagi konsumen.

3) Negara-negara anggota harus memastikan bahwa prosedur resolusi kolektif bersifat mempercepat, transparan, murah dan dapat diakses oleh konsumen dan perusahaan, termasuk mereka yang berutang berlebihan dan kebangkrutan.

4) Negara-negara anggota harus bekerja sama dengan organisasi bisnis dan konsumen dalam memajukan konsumen dan pemahaman bisnis tentang bagaimana menghindari perselisihan, tentang sengketa resolusi dan mekanisme pengembalian yang

⁷⁵ *Ibid.*, hlm 25

tersedia bagi konsumen dan dimana konsumen dapat mengajukan keluhan.⁷⁶

g. Pendidikan dan Program Informasi

- 1) Negara-negara anggota harus mengembangkan atau mendorong pengembangan pendidikan konsumen umum dan program informasi.
- 2) Pendidikan konsumen harus menjadi bagian integral dari kurikulum dasar sistem pendidikan, sebaiknya sebagai komponen dari mata pelajaran yang ada.
- 3) Program pendidikan konsumen dan informasi harus mencakup aspek-aspek penting perlindungan konsumen sebagai berikut:
- 4) Kesehatan, nutrisi, pencegahan penyakit yang ditularkan oleh makanan dan perzinaan
 - a) Produk bahaya
 - b) Semuanya pelanda
 - c) Legislasi yang relevan, cara mengakses mekanisme resolusi yang terkait dan memperoleh ganti rugi dan lembaga dan organisasi untuk perlindungan konsumen
 - d) informasi tentang berat dan ukuran, harga, kualitas, kondisi kredit dan ketersediaan kebutuhan dasar
 - e) Perlindungan lingkungan
 - f) Elektronik *commerce*

⁷⁶ *Ibid.*, hlm 24

- g) Jasa keuangan
 - h) Penggunaan energi dan air secara efisien⁷⁷
 - i) Negara-negara anggota harus mendorong organisasi konsumen dan kelompok lain yang berminat
 - j) Bisnis hendaknya, jika pantas, melakukan atau berperan serta dalam program pendidikan konsumen dan informasi yang faktual dan relevan.
 - k) Mengingat kebutuhan untuk menjangkau konsumen pedesaan dan konsumen yang buta huruf, negara-negara anggota harus mengembangkan atau mendorong perkembangan program informasi konsumen di media massa atau melalui saluran pengiriman lainnya yang menjangkau konsumen tersebut.
- h. Promosi Konsumsi Berkelanjutan

Konsumsi berkelanjutan merupakan pemenuhan kebutuhan generasi sekarang dan masa depan untuk barang dan jasa dengan cara yang berkelanjutan secara ekonomi, sosial, dan lingkungan. Tanggung jawab untuk konsumsi berkelanjutan dibagi oleh semua anggota dan organisasi masyarakat, dengan konsumen yang terinformasi, negara

⁷⁷ *Ibid.*, hlm 25

anggota, bisnis, organisasi buruh dan konsumen dan organisasi lingkungan bermain terutama peran penting.

i. Perdagangan Elektronik

Dalam pedoman ini pada Huruf I point nomer 63- 65 membahas mengenai perdagangan elektronik, yaitu dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Negara-negara anggota harus berusaha meningkatkan kepercayaan konsumen dalam perdagangan elektronik dengan terus mengembangkan kebijakan perlindungan konsumen yang transparan dan efektif, memastikan tingkat perlindungan yang diberikan dalam bentuk perdagangan lainnya.
- 2) Negara-negara anggota harus, meninjau kebijakan perlindungan konsumen yang ada untuk mengakomodasi fitur khusus perdagangan elektronik dan memastikan bahwa konsumen dan bisnis terinformasi serta sadar akan hak-hak dan kewajiban mereka di pasar digital.
- 3) Negara-negara anggota perlu mempertimbangkan pedoman dan standar internasional terkait tentang perdagangan elektronik. Menyesuaikan pedoman dan standar tersebut dengan keadaan ekonomi, sosial dan lingkungan mereka sehingga mereka dapat mematuhi aturan itu, serta bekerja sama dengan negara-negara anggota lain dalam implementasi mereka lintas batas negara.

Dengan demikian, negara-negara anggota dapat mempelajari petunjuk bagi perlindungan konsumen dalam konteks perdagangan

elektronik organisasi untuk kerja sama dan pembangunan ekonomi.⁷⁸

Dalam point yang ditulis dalam pedoman tersebut lebih menitik beratkan apa yang negara anggota lakukan agar masyarakatnya tetap dapat melakukan transaksi walaupun tidak secara bertatap muka yaitu secara online, dengan menjamin keamanan, kepercayaan dan tetap menunjukkan tata cara dalam bertransaksi dengan benar, namun tetap memperhatikan standar apa yang harus digunakan dalam melakukan transaksi sesuai dengan keadaan lingkungan negara masing-masing.

j. Layanan keuangan

Perihal layanan keuangan yang terdapat dalam point J angka 66-68, menjelaskan mengenai apa apa saja yang harus ditetapkan oleh negara anggota, yaitu sebagai berikut:

- 1) Peraturan perlindungan dan kebijakan kebijakan konsumen keuangann

⁷⁸ *Ibid.*, hlm 28

- 2) Pengawasan badan dengan wewenang dan sumber daya yang diperlukan untuk menjalankan misi mereka
- 3) Kontrol dan mekanisme asuransi yang pantas untuk melindungi aset konsumen, termasuk mencakup deposito
- 4) Strategi pendidikan keuangan yang lebih baik yang mempromosikan literatur keuangan
- 5) Perawatan yang adil dan paparan yang tepat, memastikan bahwa lembaga keuangan juga bertanggung jawab dan bertanggung jawab atas tindakan agen resmi mereka.
- 6) Perilaku yang bertanggung jawab oleh penyedia jasa keuangan dan agen berwenang, termasuk pinjaman yang bertanggung jawab dan penjualan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan sarana konsumen
- 7) Kontrol yang tepat untuk melindungi data keuangan konsumen, termasuk dari penipuan dan penyalahgunaan
- 8) Sebuah kerangka peraturan yang mempromosikan efisiensi biaya dan transparansi untuk pengiriman uang, sehingga konsumen mendapatkan informasi yang jelas mengenai harga dan pengiriman dana untuk ditransfer, nilai tukar, semua biaya dan biaya lain yang terkait dengan transfer uang yang ditawarkan, serta solusi jika transfer gagal.
- 9) Negara-negara anggota harus menerapkan langkah-langkah untuk memperkuat dan mengintegrasikan kebijakan konsumen mengenai masukan keuangan, pendidikan keuangan dan perlindungan konsumen dalam mengakses dan menggunakan layanan

keuangan⁷⁹

10) Negara-negara anggota mungkin ingin mempertimbangkan pedoman internasional dan standar internasional yang relevan mengenai layanan keuangan serta revisinya.

k. Langkah-langkah berkaitan dengan daerah tertentu

Pada point K nomer 69-78 menjelaskan mengenai langkah-langkah yang berkaitan dengan daerah tertentu terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan yaitu sebagai berikut:

- 1) Dalam memajukan kepentingan konsumen, khususnya di negaranegara berkembang, negara-negara anggota harus memprioritaskan bidang-bidang yang penting bagi kesehatan konsumen
- 2) Ketika merumuskan kebijakan dan rencana makanan nasional, negara-negara anggota harus mempertimbangkan kebutuhan semua konsumen untuk keamanan pangan dan harus mendukung sejauh mungkin, menerapkan standar-standar dari organisasi pangan dan pertanian PBB dan organisasi kesehatan dunia kodeks Alimentarius atau, ketika mereka tidak ada, standar pangan internasional yang umumnya diterima.

⁷⁹ *Ibid.*, Hlm 29

- 3) Negara-negara anggota hendaknya mempertahankan, mengembangkan atau meningkatkan langkah-langkah keamanan makanan,
- 4) Negara-negara anggota harus mempromosikan kebijakan dan praktik pertanian yang berkelanjutan, konservasi keanekaragaman hayati dan perlindungan tanah dan air, dan mempertimbangkan pengetahuan tradisional.
- 5) Negara-negara anggota harus, dalam sasaran dan sasaran yang ditetapkan bagi dekade persediaan air minum dan sanitasi internasional
- 6) Negara-negara anggota harus menetapkan prioritas tinggi untuk formulasi dan pelaksanaan kebijakan serta program tentang berbagai penggunaan air, mempertimbangkan pentingnya air bagi pembangunan berkelanjutan secara umum dan keterbatasannya sebagai sumber.
- 7) Seorang apoteker. Negara-negara anggota harus mengembangkan atau mempertahankan standar yang memadai, ketentuan dan sistem regulasi yang tepat untuk memastikan kualitas dan penggunaan farmasi yang sesuai melalui kebijakan obat-obatan yang terpadu yang dapat mengatasi, antar alia, pengadaan, distribusi, produksi, pengaturan lisensi, sistem pendaftaran, dan ketersediaan informasi yang dapat diandalkan mengenai obat-obatan.
- 8) Energi. Negara-negara anggota harus mendorong akses universal pada energi bersih dan merumuskan,

- 9) Energi yang terjangkau bagi konsumen sesuai dengan keadaan ekonomi mereka.⁸⁰
- 10) Fasilitas umum. Negara-negara anggota harus mendorong akses universal ke fasilitas umum dan merumuskan, memperkuat dan memperkuat kebijakan nasional untuk meningkatkan peraturan dan peraturan
- 11) Pariwisata. Negara anggota harus memastikan bahwa kebijakan perlindungan konsumen mereka cukup

E. *Kerja Sama Internasional*

Kerja sama Internasional yang terdapat dalam Huruf VI point 79-94 membahas mengenai kerja sama yang dilakukan antar negara anggota PBB. Terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan dalam hal ini, yaitu sebagai berikut:

1. Hal hal yang harus dilakukan negara anggota baik konteks regional atau subregional yaitu sebagai berikut:
 - a. Mengembangkan, meninjau, mempertahankan atau memperkuat, bila perlu, mekanisme untuk pertukaran informasi tentang kebijakan dan ukuran nasional dalam bidang perlindungan konsumen

⁸⁰ *Ibid.*, hlm 29

- b. Bekerja sama atau mendorong kerja sama dalam pelaksanaan kebijakan perlindungan konsumen untuk mencapai hasil lebih besar dalam sumber-sumber yang ada.
- c. Bekerja sama untuk meningkatkan kondisi dimana barang-barang penting ditawarkan kepada konsumen, memberikan perhatian pada harga dan kualitas.
- d. Negara-negara anggota hendaknya mengembangkan atau memperkuat hubungan informasi mengenai produk yang telah dilarang, ditarik atau dibatasi secara ketat agar dapat memungkinkan negara-negara pengimpor lain melindungi diri mereka secara memadai terhadap dampak berbahaya produk tersebut.
- e. Negara-negara anggota hendaknya bekerja untuk memastikan bahwa kualitas produk dan informasi yang berhubungan dengan produk semacam itu tidak berbeda dari satu negara ke negara lain dalam cara yang akan merugikan

- f. Negara-negara anggota harus meningkatkan kemampuan mereka untuk bekerja sama dalam memerangi praktik perdagangan lintas perbatasan yang curang dan menipu,
- g. Lembaga penegak perlindungan konsumen dari negara anggota harus mengoordinasi investigasi dan kegiatan penegakan hukum untuk menghindari campur tangan investigasi dan kegiatan penegakan hukum lembaga perlindungan konsumen yang terjadi di yurisdiksi lainnya.
- h. Lembaga perlindungan konsumen dari negara anggota hendaknya mengerahkan segala upaya untuk menyelesaikan ketidaksepakatan yang bisa timbul perihal kerja sama.

- i. Negara anggota dan badan-badan perlindungan konsumen mereka harus memanfaatkan jaringan internasional yang sudah ada dan bergabung dalam pengaturan bilateral dan multilateral yang sesuai dan inisiatif lainnya untuk melaksanakan petunjuk-petunjuk ini.
- j. Negara-negara anggota harus memungkinkan badan-badan kebijakan perlindungan konsumen, sesuai dengan badan-badan perlindungan konsumen (consumer protection protection agency), berperan penting dalam mengembangkan kerangka kerja memerangi praktik perdagangan yang curang dan menyesatkan, sebagaimana yang diuraikan dalam

petunjuk ini.

- k. Negara-negara anggota diundang untuk menunjuk lembaga penegak perlindungan konsumen atau lembaga kebijakan perlindungan konsumen untuk bertindak sebagai titik kontak untuk memfasilitasi kerja sama di bawah pedoman ini.
- l. Negara anggota harus menyediakan lembaga perlindungan konsumen mereka dengan otoritas untuk menyelidiki, mengejar, mendapatkan, dan, di mana aplikasi
- m. Negara-negara anggota mungkin ingin mempertimbangkan pedoman dan standar internasional yang relevan mengenai melindungi konsumen dari praktik

perdagangan lintas batas yang curang dan menipu⁸¹

- n. Untuk mendorong konsumsi berkelanjutan, negara-negara anggota, badan dan bisnis internasional harus bekerja sama untuk mengembangkan, mentransfer dan menyebarkan teknologi ramah lingkungan, termasuk melalui dukungan keuangan yang sesuai dari negara-negara maju, dan merancang mekanisme baru dan inovatif untuk mendanai transfer mereka ke semua negara berkembang, khususnya ke negara-negara berkembang dan negara-

⁸¹ *Ibid.*, Hlm 29

negara dengan perekonomian dalam masa transisi.

- o. Negara dan organisasi internasional anggota, harus mempromosikan dan memfasilitasi pembangunan kapasitas di area konsumsi berkelanjutan, terutama di negara-negara berkembang dan negaranegara dengan transisi ekonomi.
- p. Negara anggota dan badan internasional, bila pantas, hendaknya mempromosikan program yang berkaitan dengan pendidikan dan informasi konsumen
- q. Negara-negara anggota harus bekerja untuk memastikan bahwa kebijakan dan langkah-langkah untuk perlindungan konsumen diimplementasikan dengan

mempertimbangkan bila kebijakan dan langkah-langkah tersebut tidak menjadi hambatan bagi perdagangan internasional dan bahwa mereka konsisten dengan kewajiban perdagangan internasional.⁸²

⁸² *United Nation Guidelines For Consumers Protection* (New York 2003)

BAB IV

ANALISIS MAQUAS}ID ASY-SYARIAH TERHADAPPERLINDUNGAN

KONSUMEN MELALUI TRANSAKSI *ONLINE* ANTAR NEGARA

DALAM UNITED NATION GUIDELINE FOR CONSUMER PROTECTION

A. Kebijakan PBB Terkait Perlindungan Konsumen Melalui Transaksi

Online Antar Negara Dalam United Nation Guideline For Consumer Protection

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya telah diketahui bahwa adanya pedoman perlindungan konsumen pada resolusi PBB 39/248 16 April 1985, menunjukkan bahwa Resolusi PBB ini telah mempunyai tujuan untuk melindungi kepentingan konsumen, jaminan pada

konsumen dan lain sebagainya kemudian telah menjamin mengenai jual beli *online* secara khusus berikut analisisnya:

Di dalam Pedoman perlindungan konsumen yang di bentuk oleh PBB yang terdapat pada huruf I point 63-65 telah membahas secara khusus terkait jual beli *online* yaitu sebagai berikut:

1. Negara-negara anggota PBB harus berusaha meningkatkan kepercayaan konsumen dalam perdagangan elektronik dengan terus mengembangkan kebijakan perlindungan konsumen yang transparan, efektif dan

memastikan tingkat perlindungan yang diberikan dalam bentuk perdagangan lainnya.⁸³

Dari point 63 di atas, PBB menganjurkan negara-negara anggota untuk meningkatkan kepercayaan masyarakatnya dalam transaksi perdagangan elektronik dengan terus mengembangkan kebijakannya terhadap perlindungan jual beli untuk masyarakatnya sendiri secara jelas, lebih efektif dan memberikan tingkat perlindungan yang lebih baik untuk diberikan dalam bentuk perdagangan lainnya baik

⁸³ *United Nation Guidelines For Consumers Protection* (New York 2003) hlm 28

secara *online* maupun perdagangan secara langsung.⁸⁴

Dalam point 63 ini, PBB telah jelas memberikan gambaran untuk negara anggotanya agar memperbaiki sistem kebijakannya dalam hal jual beli *online* secara jelas, mencari solusi seefektif mungkin, dan memberikan jaminan tingkat perlindungan yang lebih baik dalam segala bentuk perdagangan baik secara *online* maupun secara langsung.

Jadi dalam point 63 ini PBB telah memberikan arahan kepada negara anggota untuk benar-benar memperbaiki sistem di dalam jual

⁸⁴ *Ibid.*, hlm 31

beli *online*. Negara anggota juga harus mencari solusi sebaik mungkin dalam permasalahan yang akan hadir dan memberi jaminan untuk perdagangan *online* dan lainnya. Jadi dalam perbaikan sistem, penanganan masalah dan jaminan perdagangan telah tercantum dalam Resolusi PBB ini dalam melindungi konsumen.

2. Negara-negara anggota harus meninjau kebijakan perlindungan konsumen yang ada untuk mengakomodasi fitur khusus perdagangan elektronik dan memastikan bahwa konsumen dan bisnis terinformasi serta sadar akan hak-hak dan kewajiban mereka di pasar digital.⁸⁵

⁸⁵ *Ibid.*, hlm 35

Pada point 64 ini, PBB menganjurkan negara anggotanya untuk meninjau kebijakan perlindungan konsumen yang ada, untuk memenuhi kebutuhan fitur kusus yang digunakan untuk perdagangan *online* dan memastikan bahwa konsumen dan para pedagang atau pembisnis terinformasi, sehingga sadar serta memahami akan hak-hak dan kewajiban mereka di pasar digital.

Dalam point 64 ini, membahas mengenai peninjauan kebijakan perlindungan konsumen yang ada dalam peraturan negara anggota, melengkapi serta memenuhi kebutuhan fitur yang digunakan untuk perdagangan *online* dan memastikan konsumen, para pedagang menerima informasi agar mereka sadar serta

memahami hak dan kewajiban masing-masing di pasar digital.

3. Negara-negara anggota mungkin ingin mempertimbangkan pedoman dan standar internasional terkait tentang perdagangan elektronik dan revisinya, dan, jika perlu menyesuaikan pedoman dan standar tersebut dengan keadaan ekonomi, sosial dan lingkungan mereka sehingga mereka dapat mematuhi aturan itu, serta bekerja sama dengan negara-negara anggota lain dalam implementasi mereka lintas batas negara. Dengan demikian, negara-negara anggota dapat mempelajari petunjuk bagi perlindungan konsumen dalam konteks perdagangan elektronik organisasi untuk kerjasama dan pembangunan ekonomi.

Dalam point 65, pedoman ini telah mempertimbangkan pedoman bagi perdagangan yang telah menjamah keranah internasional dengan transaksi secara *online*, negara anggota juga dianjurkan untuk menjadikan resolusi ini sebagai pedoman bagi peraturan perlindungan konsumen, dengan tetap memperhatikan latar belakang, sosial, budaya, dan lain lain dalam negara masing-masing. PBB juga menghimbau agar negara anggota mempelajari pedoman perlindungan konsumen ini dalam konteks perdagangan elektronik untuk menjalin kerja sama dan pembangunan ekonomi.

Dalam point 63, 64, dan 65 di dalam resolusi ini telah mencantumkan pedoman bagi perlindungan konsumen dalam transaksi

elektronik, mulai dari meningkatkan kepercayaan dari konsumen untuk, jaminan bagi konsumen, tinjauan peraturan bagi perlindungan konsumen yang bertransaksi online, pemahaman hak dan kewajiban bagi konsumen dan pedagang, negara anggota dianjurkan mempelajari pedoman perlindungan konsumen bagi khususnya dalam transaksi *online* untuk menjalin hubungan internasional dan membangun perekonomian dunia, namun tetap menyesuaikan dengan keadaan negara masing-masing. Jadi dari ketiga point tersebut jaminan untuk konsumen yang melakukan transaksi *online* telah dijamin.

B. Kebijakan PBB Terkait Perlindungan

Konsumen Melalui Transaksi *Online* Antar Negara Dalam *United Nation Guideline For Consumer*

***Protection* dalam perspektif Maqasid Asy- Syariah**

Di dalam Maqasid Asy-Syariah
Jamaluddin Athiyyah terdapat beberapa
klasifikasi yaitu Ranah Individu, Ranah Keluarga,
Ranah
Masyarakat, dan Ranah Kemanusiaan, berikut
analisis mengenai

Perlindungan Konsumen Melalui Transaksi
Online Antar Negara Dalam

*United Nation Guideline For Consumer
Protection* adalah sebagai berikut:

1. Tujuan Perlindungan Konsumen

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari akses negative pemakaian dan atau jasa.
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai berikut konsumen.
- d. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.

2. *Obyek*

Dibagian sub pertama yang menjelaskan mengenai *obyek*, terdapat beberapa hal mengenai pertimbangan dalam hal minat dan kebutuhan

konsumen di semua negeri, khususnya di negara berkembang. Hal ini karena ada kesadaran mengenai ketidak seimbangan yang sering dialami oleh konsumen dalam hal tingkat ekonomi, tingkat pendidikan, dan tingkat tawar-menawar. Karena konsumen juga memiliki hak untuk memperoleh produk-produk yang aman dan tidak berbahaya, dalam berbagai hal, yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan.⁸⁶

Hal di atas, pada bagian obyek telah sesuai dengan ranah kemasyarakatan, yang meliputi penguatan hubungan antar masyarakat,

⁸⁶ *United Nation Guidelines For Consumers Protection* (New York 2003) Hlm 6

keamanan, tolong menolong⁸⁷. Karena wajib bagi sesama manusia untuk saling membantu dan saling menjaga keamanan satu sama lain.

Hal di atas juga telah sesuai dengan Ranah Kemanusiaan, yaitu memenuhi hak hak manusia dan kedamaian internasional⁹². Karena kedamaian seluruh anggota PBB adalah hak hak negara anggota itu sendiri dan kewajiban bagi pemerintah untuk mewujudkannya.

Dalam hal jual beli *online* juga telah sesuai karena, hal hal yang menyangkit dengan hubungan antar negara yang dibahas dalam sub

⁸⁷ Syamsuri. *Negara Kesejahteraan dsn Maqashid Syariah: Analisis Pemikiran Jamaluddin Athiyyah*, Jurnal Ekonomi Syariah. Vol 4 No. 1 Februari 2019. Hlm 94 ⁹² *Ibid.*, Hlm 95

obyek yaitu mempermudah pola produksi dan distribusi terhadap kebutuhan dan hasrat konsumen, mendorong tingkah laku etika tinggi, membatasi bisnis praktik yang bejat, memajukan kerja sama internasional di bidang perlindungan konsumen, mendorong kondisi pasar dan mendorong konsumen berkelanjutan⁸⁸ telah dijamin dalam pedoman tersebut.

Pada sub selanjutnya terdapat pembahasan mengenai tujuan Pedoman Perlindungan Konsumen dalam *United Nations Guideline For Consumer Protection* yaitu sebagai berikut:

⁸⁸ *United Nation Guidelines For Consumers Protection* (New York 2003)

- a. Untuk membantu negara anggota dalam memperoleh atau mempertahankan perlindungan yang memadai bagi mereka sebagai konsumen
- b. Untuk mempermudah pola produksi dan distribusi yang tanggap terhadap kebutuhan konsumen.
- c. Untuk mendorong tingkah laku etika yang baik, bagi produsen yang sedang memproduksi barang dan menyalurkan barang dan jasa kepada konsumen.
- d. Untuk membantu negara-negara dalam membatasi praktek bisnis yang curang oleh semua perusahaan pada tingkat nasional dan internasional yang berdampak buruk terhadap konsumen.

- e. Untuk memfasilitasi pembangunan kelompok konsumen independen.
- f. Untuk memajukan kerja sama internasional dalam bidang perlindungan konsumen
- g. Untuk mendorong perkembangan kondisi pasar yang memberikan konsumen pilihan yang lebih besar dengan harga yang lebih murah.
- h. Untuk mendorong konsumsi berkelanjutan

Dalam klasifikasi maqha>s}id> syari>ah Jamaluddin Atthiyah telah sesuai dengan ranah individu sebagai konsumen, yaitu perlindungan jiwa personal sebagai konsumen, dan perlindungan harta individu. Kemudian ranah masyarakat, meliputi, penguatan hubungan antar masyarakat, tolong menolong. Kemudian Ranah Kemanusiaan, yang

meliputi penetapan pimpinan, kedamaian internasional, dan pemenuhan hak hak manusia. Karena pemenuhan hak hak kedamaian berdasarkan kepemimpinan sebuah negara adalah kewajiban bagi pemerintahan negara tersebut

3. *Prinsip Umum*

Dalam prinsip umum ini, memaparkan mengenai hal hal sebagai berikut pemerintah harus mengembangkan atau mempertahankan kebijakan perlindungan konsumen yang kuat dengan mempertimbangkan pedoman perlindungan konsumen dan perjanjian internasional yang relevan. Dengan demikian, setiap pemerintah harus menetapkan prioritasnya sendiri untuk perlindungan konsumen sesuai dengan keadaan ekonomi sosial dan lingkungan

negara serta kebutuhan penduduknya mengingat biaya dan manfaat dari langkah-langkah yang diusulkan.⁸⁹

Pada prinsip umum, telah sesuai dengan Ranah Keluarga, yaitu mengenai perlindungan harta keluarga, kemudian Ranah Masyarakat berupa penguatan hubungan kemasyarakatan keamanan, keadilan harta public. Kemudian ranah kemanusiaan berupa penetapan pimpinan, kedamaian internasional, pemenuhan hak hak manusia.⁹⁰ Karena jaminan harta masyarakat merupakan kewajiban bagi pemerintah.

⁸⁹ *Ibid*

⁹⁰ Syamsuri. *Negara Kesejahteraan dsn Maqashid Syariah: Analisis Pemikiran*

Dalam jual beli online juga telah dijelaskan mengenai bagaimana pemerintah yang diharuskan untuk menjaga keadaan ekonomi sosial dan lingkungan dan biaya dalam segala hal.

4. *Petunjuk*

Dalam hal ini, Petunjuk menjelaskan mengenai periku baik pada barang dan jasa produksi sendiri maupun kepada barang impor. Guna menerapkan pada prosedur atau peraturan apapun untuk perlindungan konsumen, kita perlu memastikan bahwa mereka tidak menjadi hambatan bagi perdagangan internasional dan

bahwa mereka konsisten dengan kewajiban perdagangan internasional.⁹¹

Pada *Petunjuk* telah sesuai dengan Ranah keluarga, yaitu perlindungan keuangan keluarga. Kemudian Ranah Kemasyarakatan, meliputi penguatan hubungan kemasyarakatan, Keamanan, Tolong menolong, keadilan harta public. Kemudian Ranah kemanusiaan, meliputi penetapan pemimpin, kedamaian internasional, dan pemenuhan hak hak manusia.⁹²

⁹¹ *United Nation Guidelines For Consumers Protection* (New York 2003)

⁹² Syamsuri. *Negara Kesejahteraan dsn Maqashid Syariah: Analisis Pemikiran Jamaluddin Athiyyah*, Jurnal Ekonomi Syariah. Vol 4 No. 1 Februari 2019. Hlm 95

Dalam jual beli online disini telah dijelaskan mengenai perilaku apa saja yang harus dilakukan dengan barang produksi sendiri atau pada sebuah barang import, dan kestabilan jual beli internasional.

5. Kerja Sama Internasional

Kerjasama Internasional memaparkan mengenai hal hal apa saja yang harus dilakukan oleh negara anggota, seperti mengembangkan informasi mengenai kebijakan dalam bidang perlindungan konsumen, selalu bekerja sama dalam bidang perlindungan konsumen, bekerja sama dalam meningkatkan kondisi barang barang yang ditawarkan konsumen, harus memungkinkan badan badan perlindungan konsumen sesuai dengan badan badan

perlindungan konsumen, pemerintah memfasilitasi perlindungan konsumen, mempromosikan program yang berkaitan dengan pendidikan dan informasi, dan Negara-negara anggota harus bekerja untuk memastikan bahwa kebijakan dan langkah-langkah untuk perlindungan konsumen diimplementasikan dengan mempertimbangkan bila kebijakan dan langkah-langkah tersebut tidak menjadi hambatan bagi perdagangan internasional dan bahwa mereka konsisten dengan kewajiban perdagangan internasional.⁹³

⁹³ *United Nation Guidelines For Consumers Protection* (New York 2003)

Dalam kerjasama *Internasional* sesuai dengan ranah Individu, yaitu perlindungan akal, perlindungan harta individu. Ranah masyarakat meliputi, pengaturan hubungan kemasyarakatan, keamanan, pendidikan agama dan ahlak, tolong menolong, penyebaran ilmu, keadilan harta publick. Ranah kemanusiaan meliputi Upaya saling mengenal dan mengetahui Penetapan pimpinan, Kedamaian internasional, pemenuhan hak-hak manusia⁹⁴ Karena menjaga akal dengan pendidikan ekonomi ialah suatu kewajiban.

⁹⁴ Syamsuri. *Negara Kesejahteraan dsn Maqashid Syariah: Analisis Pemikiran*

Jamaluddin Athiyah, Jurnal Ekonomi Syariah. Vol 4 No. 1 Februari 2019. Hlm 95

Mengenai jual beli online telah dipaparkan mengenai apa aja hal-hal yang harus dilakukan oleh negara anggota sebagai produsen kepada konsumen mengenai barang, jaminan, harga, dan lain sebagainya. Didalam UNGCP juga telah diatur secara kusus mengenai jual beli online. Yang mana kewajiban pemerintah untuk memperoleh kepercayaan dari masyarakatnya masing-masing untuk tetap bertransaksi secara aman walaupun tidak bertransaksi secara langsung dengan menjamin adanya keamanan transaksi. Namun tetap harus melihat kondisi negaranya masingmasing.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Sebagai penutup atas uraian-uraian yang penulis buat, mengenai permasalahan yang ada dalam skripsi ini, maka dalam bab terakhir ini penulis akan membuat kesimpulan sebagai berikut:

1. Kebijakan PBB Terkait Perlindungan Konsumen Melalui Transaksi *Online*

Antar Negara Dalam *United Nation Guideline For Consumer Protection*

Di dalam resolusi ini, terdapat poin khusus yang membahas mengenai transaksi *online* antar negara, yaitu pada point 63, 64, dan 65 yang berisikan hal-hal sebagai berikut:

a. Point ke 63:

Resolusi PBB ini menganjurkan negara anggotanya untuk meningkatkan kepercayaan kepada anggota masyarakatnya dan mengefektifkan dan memberikan tingkat perlindungan yang lebih baik.

b. Point ke 64:

Menganjurkan negara anggotanya melakukan peninjauan terhadap peraturan perlindungan konsumen, melengkapi kebutuhan fitur dalam transaksi *online*, memastikan informasi yang diberikan kepada konsumen diterimadan memahami apa hak dan kewajiban pedagang dan konsumen.

c. Point ke 65

Pertimbangan mengenai pedoman perdagangan internasional dengan transaksi secara *online*, menganjurkan resolusi ini sebagai pedoman

perlindungan konsumen, dan menghimbau agar negara anggota

mempelajari resolusi ini

2. Maqasid Asy-Syariah Jamaluddin Attiyah dari Resolusi PBB No. A/RES/39/248 tanggal 16 April 1985 Tentang Perlindungan Konsumen yang disebut *United Nation Guidelines For Consumer Protection*:

- a. Pada bagian obyek telah sesuai dengan maqasid asy-syariah Jamaluddin Attiyah yaitu, ranah kemasyarakatan. ranah kemanusiaan, ranah Individu

- b. Prinsip Umum telah sesuai dengan maqāṣid asy-syariah Jamaluddin

Attayah yaitu ranah keluargadan ranah masyarakat,

- c. Petunjuk, telah sesuai dengan maqāṣid asy-syariah Jamaluddin Attayah yaitu ranah keluarg, ranah kemasyarakatan, dan ranah kemanusiaan

- d. Kerjasama Internasional telah sesuai dengan maqāṣid asy-syariah

Jamaluddin Attayah ranah individu dan ranah Masyarakat

B. SARAN

Setelah penulis uraikan kesimpulan dari penelitian ini, maka saran yang penulis berikan adalah sebagai berikut:

1. Revormulasi hukum haruslah terus ditempuh demi menjawab dinamika manusia yang amat dinamis.
2. Jaminan dalam berbagai transaksi perlu diperjelas, terutama pada transaksi online.
3. Bagi masyarakat diharapkan mampu untuk turut serta selalu berkontestasi dan meningkatkan kapasitas masing-masing individu.
4. Bagi pemerintah diharuskan untuk selalu memberikan pelayanan yang maksimal bagi konsumen apabila terdapat kecurangan dalam transaksi.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Adiwarman A., *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004

Ali. Ahmad , *Menguak Tabir Hukum : Suatu kajian filosofis dan sosiologis* (Jakarta : Gunung Agung, 2002

Amir, Syarifuddin, *Ushul Fiqih 2*, Jakarta: Karisma Putra Utama. 2008

Asnawi, Haris Faulid, *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*. Yogyakarta: Magistra Insania Press. 2004

Athiyyah, Jamaluddin , *Nahwa Taf'uil Maqashid Syariah*. Damaskus: Dasar Al Fiqr 1992

Auda Jasser,” *Membumikan Hukum Islam Melalui*

Maqasid Syariah”, Bandung: Mizan Media

Utama. 2015

Auda, Jasser, 2015, *Membumikan Hukum Islam Melalui Maqhasid Syariah*,

Terjemahan, Rosidin dan ‘Ali ‘Abd el Mu’im.
Bandung: Mizan Media

Utama

AZ. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Diadit Media 2002

Barakatullah Abdul Halim dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-commerce (Studi Sistem*

Keamanan dan Hukum di Indonesia)
Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006

Barkatullah, Abdullah Halim, *Hak-Hak Konsumen*,

Bandung: Nusa Media. 2010 Boedi Abdullah,

Peradaban Pemikiran Ekonomi Islam. Bandung: CV

Pustaka Setia, 2011

Endeshaw, Assafa, “ *Hukum E-Commerce Dan Internet Dengan Fokus Di Asia*

Pasifik”, Yogyakarta : Pustaka Pelajar. 2007

Fathurrahman Djamil, *Filsafat Hukum Islam*. Jakarta: Logos Wacana Ilmu, 1997

Hadi, Sutrisno , “*Metodologi Research*”, Yogyakarta: Andi Ofset, 1997

Hadjon, P.M, “*Penalaran Hukum (legal reasonin*”,

Surabaya: Universitas Airlangga. 2007

Herdiansyah, Haris, “*Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*”,

Jakarta: Lemba Humanika, 2010

Humaidah dan Indriyani, Evi *Sistem Informasi Menjemen*.(Yogyakarta: Graha

Ilmu 2005)

Ismail Muhammad Syah, *Filsafat Hukum Islam*, (Jakarta: Bumi Aksara 1992)

Mardani, “*Ushul Fiqh*”, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada,. 2013

Moh Mufid, *Ushul Fiqih Ekonomi dan Keuangan Kontemporer*,

Nasution, AZ . *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Diadit Media. 2000

Oni Sahroni dan Adiwarmarman A Karim. *Maqashid Bisnis dan Keuangan Islam*,

Pasal 8 Surat Keputusan Menteri Pertanian Nomor 745/
KPTS/TN.240/12/ 1992 tentang Persyaratan
dan Pengawasan Pemasukan Daging dari Luar
Negeri.

Purba. A. Zen Umar, “*Perlindungan Konsumen: Sendi-sendi Pokok Pengaturan*”,

Hukum dan Pembangunan, Tahun XXII,
Agustus 1992

Safriadi, *Maqashid Al-Syariah Ibnu ‘Asyir*”, Aceh: Sefa Bumi Persada. 2014

Sidharta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*”,

Jakarta: Gramedia Widia Sarana Indonesia

2004

Soekanto, Soerjono, "*Pengantar Penelitian Hukum*",
Jakarta: Universitas

Indonesia. 2008

Sudikno Mertokusumo, *Mengenl Hukum Suatu
Pengantar* (Yogyakarta: Liberti,

2003)

Suharto dan Tata Iryanto, *Kamu Besar Bahasa
Indonesia*.(Surabaya: Indah

Surabaya. 2004)

Sunggono, Bambang , "*Metodologi Penelitian Hukum*",

Jakarta : Rajawali Press, 1997

Suparmi, Niniek. *Masalah Cyberspace Problematika
Hukum dan Antisipasi*

Pengaturannya. Fortun Mandiri Karya,
Jakarta. 2001

Zulhan, *perlindungan Konsumen*. (Jakaarta : Kencana
Prenada Media Group, 2013)

Jurnal:

Barakatullah. Abdul Halim ”*Urgensi Perlindungan Hak-hak Konsumen Dalam*

Transaksi Di E-Commerce”, Jurnal Hukum,
(Banjarmasin) ,VOL 2,

2007

Endang. Andi Hutami dan Ambo Aco ”*Analisis Bisnis E
Coommerce pada*

Mahasiswa Universitas Alauddin Makassar”
Jurnal Teknik Informatika

Fsainstek Uinam, Maksiar

M. Yusri. *Kajian Undang-Undang Perlindungan
Konsumen Dalam Perspektif*

Hukum Islam. Jurnal Ulumuddin. Vol V No III
Juli-Desember 2009

Syamsuri. *Negara Kesejahteraan dsn Maqashid Syariah:
Analisis Pemikiran*

Jamaluddin Athiyyah, Jurnal Ekonomi
Syariah. Vol 4 No. 1 Februari

2019

Internet:

Diakses dari: <https://asyariah.com/kewajiban-pemerintah>
(diakses pada 25

Januari 2020)

Diperolehdari: [https://en.m.wikipedia.org/wiki/Un
ited_Nations_Guidelines](https://en.m.wikipedia.org/wiki/United_Nations_Guidelines)

[_for_Consumer_Protection](#) (diakses pada tanggal 2
Februari 2020)

Diperolehdari <http://rinawssuriyani.blogspot.co.id/>

[2013/04/pengertianmetode-dan](#)

[metodologi.html](#) (diakses pada tanggal 16

Oktober

2019)

Diperolehdari [https://dosenekonomi.com/ilmu-
ekonomi/perbedaanekonomi-positif-dan-normtif](https://dosenekonomi.com/ilmu-ekonomi/perbedaanekonomi-positif-dan-normtif) (diakses
pada tanggal 15 Oktober 2019)

Skripsi:

H, Kevin Vedrick “Perlindungan Konsumen Berkenaan Dengan Ketidak Sesuaian

Harga Dalam Promosi Diskon Secara Online”,

Skripsi, tidak diterbitkan. Jurusan Hukum

Keperdataan, Fakultas Hukum, Universitas

Lampung

Bandar Lampung, Bandar Lampung, 2017

Khadafi, Muhammad “Perlindungan Hukum Terhadap

Konsumen Dalam Transaksi *E-Comerce* (Studi

Kasus *E-Comerce* Melalui Sosial Media

Instagram)”, *Skripsi*, tidak diterbitkan. Jurusan

Ilmu Hukum Konsentrasi Hukum

Bisnis, Fakultas Syariah dan Hukum, UIN

Syarif Hidayatullah Jakarta, Jakarta, 2016.

Masruroh, Lailatul “Tinjauan *Maqasid Syari’ah*

Terhadap Peraturan Menteri Perdagangan

Nomor 20 Tahun 2009 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Pengawasan Peredaran Barang Dan/Atau Jasa (Studi Di Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Kota Malang)”, tidak diterbitkan. Jurusan Hukum Bisnis Syariah, Fakultas Syariah, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, Malang, 2016.

Yasin, Zain Ma’ruf ”Pelaksanaan Perlindungan Hukum Konsumen Jual Beli

Online di Lembaga Konsumen Yogyakarta”, *Skripsi*, tidak diterbitkan.

Jurusan Studi Ilmu Hukum, Fakultas Syariah, UIN Sunan Kalijaga

Yogyakarta, Yogyakarta, 2018

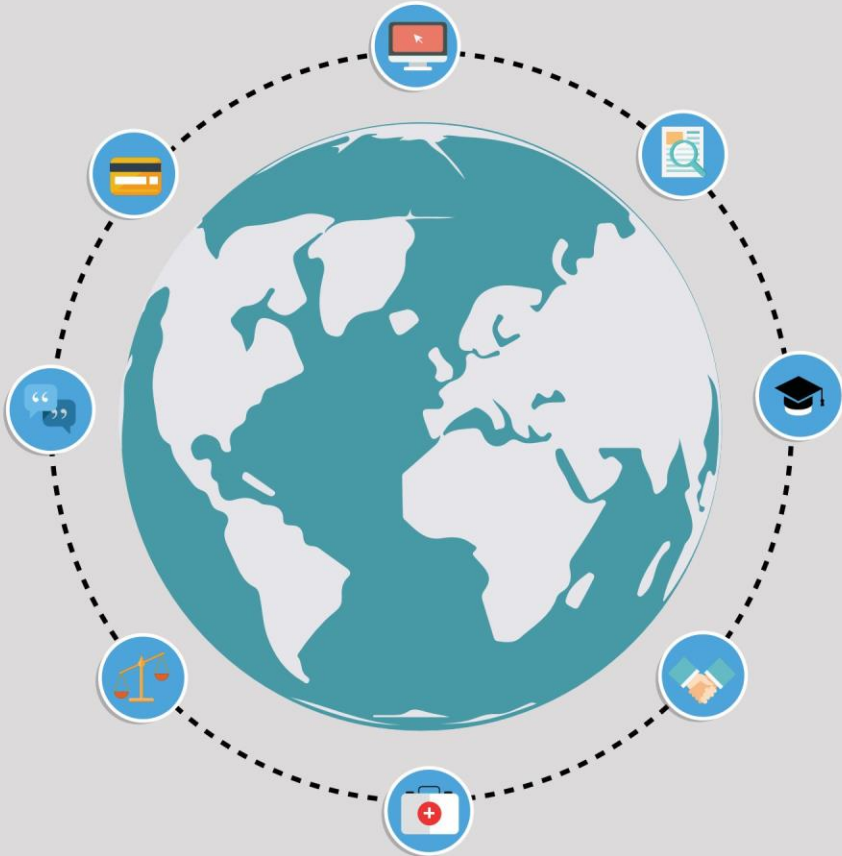
Undang-Undang:

Undang Undang no 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan
Konsumen.

United Nation Guidelines For Consumers Protection
(New York 2003)

LAMPIRAN

United Nations Guidelines for Consumer Protection



UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT

UNITED NATIONS
GUIDELINES FOR CONSUMER PROTECTION



UNITED NATIONS,
New York and Geneva, 2016

Note

Symbols of United Nations documents are composed of capital letters combined with figures. Mention of such a symbol indicates a reference to a United Nations document.

The views expressed in this volume are those of the authors and do not necessarily reflect the views of the United Nations Secretariat.

The designations employed and the presentation of the material do not imply the expression of any opinion on the part of the United Nations concerning the legal status of

any country, territory, city or area, or of authorities or concerning the delimitation of its frontiers or boundaries.

Material in this publication may be freely quoted or reprinted, but acknowledgement is requested, together with a copy of the publication containing the quotation or reprint to be sent to the UNCTAD secretariat, Palais des Nations, 1211 Geneva 10, Switzerland.

UNCTAD/DITC/CPLP/MISC/2016/1

Preface

The United Nations Guidelines for Consumer Protection are a valuable set of principles that set out the main characteristics of effective consumer protection legislation, enforcement institutions and redress systems. Furthermore, the Guidelines assist interested Member States in formulating and enforcing domestic and regional laws, rules and regulations that are suitable to their economic, social and environmental circumstances; they also help promote international enforcement cooperation among Member States and encourage the sharing of experiences in consumer protection.

The Guidelines were first adopted by the General Assembly in resolution 39/248 of 16 April 1985, later expanded by the Economic and Social Council in resolution 1999/7 of 26 July

1999, and revised and adopted by the General Assembly in resolution 70/186 of 22 December 2015.

The United Nations Conference on Trade and Development promotes the Guidelines and encourages interested Member States to create awareness of the many ways in which Member States, businesses and civil society can promote consumer protection in the provision of public and private goods and services.

Contents

I. Objectives	7
II. Scope of application	9
III. General principles	10
IV. Principles for good business practices	14
V. Guidelines	17
VI. International cooperation.....	50
VII. International institutional machinery	57

United Nations guidelines for consumer protection

I.Objectives

1.Taking into account the interests and needs of consumers in all Member States, particularly in developing ones, recognizing that consumers often face imbalances in economic terms, educational levels and bargaining power and bearing in mind that consumers should have the right of access to non-hazardous products, as well as the right to promote just, equitable and sustainable economic and social development and

environmental protection, these guidelines for consumer protection have the following objectives:

(a) To assist countries in achieving or maintaining adequate protection
IRUWKHLUSRSXODWLRQDVFRQV
XPHUV

(b) To facilitate production and distribution patterns responsive to the
QHHGVDQGGHVLUHVRIFRQVXPH
UV

(c) To encourage high levels of ethical conduct for those engaged in the
SURGXFWLRQDQGGLVWULEXWL
RQRIJRRGVDQGVHUYLFHVWRFR
QVXPHUV

(d) To assist countries in curbing abusive business practices by all enterprises at the national and international levels which adversely
DIIHFWFRQVXPHUV

(e) 7RIDFLOLWDWHWKHGHYHORS
PHQWRILQGSHQGHQWFRQVXP

HUJURXSV (f) To further international cooperation in the field of consumer SURWHFWLRQ

(g) To encourage the development of market conditions which provide FRQVXPHUVZLWKJUHDWHUFK RLFHDWORZHUSULFHV

(h) To promote sustainable consumption.

II.Scope of application

2. These guidelines apply to business-to-consumer transactions, including the provision of goods and services by State-owned enterprises to consumers. For the purpose of these guidelines, consumer protection policies include the laws, regulations, rules, frameworks, procedures, decisions, mechanisms and programmes of Member States, as well as private sector standards and recommendations that protect consumer rights and interests and promote consumer welfare.

3. For the purpose of these guidelines, the term “consumer” generally refers to a natural person, regardless of nationality, acting primarily for personal, family or household purposes, while recognizing that Member States may adopt differing definitions to address specific domestic needs.

III. General principles

4. Member States should develop, strengthen or maintain a strong consumer protection policy, taking into account the guidelines set out below and relevant international agreements. In so doing, each Member State must set its own priorities for the protection of consumers in accordance with the economic, social and environmental circumstances of the country and the needs of its population, and bearing in mind the costs and benefits of proposed measures.

5. The legitimate needs which the guidelines are intended to meet are the following:

- (a) \$FFHVVE\FRQVXPHUVWRHV
 HQWLDOJRRGVDQGVHUYLFH
 V
- (b) 7KHSURWHFWLRQRRIYXOQH
 EOHDDQGGGLVDGYDQWDJHGFR
 QVXPHUV
- (c) 7KHSURWHFWLRQRIFRQVXPH
 UVIURPKDJDUGVWRWKHLUKH
 DOWKDQGVDIHW\ (d) The
 promotion and protection of the
 economic interests of FRQVXPHUV
- (e) Access by consumers to adequate
 information to enable them to
 PDNHLQIRUPHGFKRLFHVDFFR
 UGLQJWRLQGLYLGXDOZLVKH
 VDQGGQHHGV
- (f) Consumer education, including
 education on the environmental, social
 anGHRQRPLFFRQVHTXHQFHV
 RIFRQVXPHUFKRLFH
- (g) \$YDLODELOLW\RIHIIHFWLYHF
 RQVXPHUGLVXWHUHVROXW
 LRQDQGUHGUHV

- (h) Freedom to form consumer and other relevant groups or organizations and the opportunity of such organizations to present their views in decision-
PDNLQJSURFHVVHVDIIHFWLQJ
WKHP
- (i) 7KHSURPRWLRQRIVXVWDLQD
EOHFRQVXPSWLRQSDWWHUQ
V
- (j) A level of protection for consumers using electronic commerce that
LVQRWOHVWVKDQWKDWDIIR
UGHGLQRWKHUIRUPVRIFRPPH
UFH
- (k) The protection of consumer privacy and the global free flow of information.
6. Unsustainable patterns of production and consumption, particularly in industrialized countries, are the major cause of the continued deterioration of the global environment. All Member States should striYH WR SURPRWH
VXVWDLQDEOH FRQVXPSWLRQ
SDWWHUQV GHYHORSHG countries

should take the lead in achieving sustainable consumption SDWWHUQV GHYHORSQJ FRXQWULHV VKRXOG VHHN WR DFKLHYH VXVWDLQDEOH consumption patterns in their development process, having due regard for the principle of common but differentiated responsibilities. The special situation and needs of developing countries in this regard should be fully taken into account.

7. Policies for promoting sustainable consumption should take into account the goals of eradicating poverty, satisfying the basic human needs of all members of society and reducing inequality within and between countries.

8. Member States should provide or maintain adequate infrastructure to develop, implement and monitor consumer protection policies. Special care should be taken to ensure that measures for consumer protection are implemented for the benefit of all sectors of the population, particularly the rural population and people living in poverty.

9. All enterprises should obey the relevant laws and regulations of the countries in which they do business. They should also conform to the appropriate provisions of international standards for consumer protection to which the competent authorities of the country in question have agreed. (Hereinafter, references to international standards in the guidelines should be viewed in the context of this paragraph.)

10. The potential positive role of universities and public and private enterprises in research should be considered when developing consumer protection policies.

IV.Principles for good business practices

11. The principles that establish benchmarks for good business practices for conducting online and offline

commercial activities with consumers are as follows:

(a) **Fair and equitable treatment.** Businesses should deal fairly and honestly with consumers at all stages of their relationship, so that it is an integral part of the business culture. Businesses should avoid practices that harm consumers, particularly with respect to vulnerable and disadYDQWDJHGFRQVXPHUV

(b) **Commercial behaviour.** Businesses should not subject consumers to illegal, unethical, discriminatory or deceptive practices, such as abusive marketing tactics, abusive debt collection or other improper behaviour that may pose unnecessary risks or harm consumers. Businesses and their authorized agents should have due regard for the interests of consumers and responsibility for upholding consumer SURWHFWLRQDVDQREMHWLYH

(c) **Disclosure and transparency.**

Businesses should provide complete, accurate and not misleading information regarding the goods and services, terms, conditions, applicable fees and final costs to enable consumers to take informed decisions. Businesses should ensure easy access to this information, especially to the key terms and conditions, UHJDUGOHVVRIWKHPHDQVRIWH FKQRORJ\XVHG

(d) **Education and awareness-raising.**

Businesses should, as appropriate, develop programmes and mechanisms to assist consumers to develop the knowledge and skills necessary to understand risks, including financial risks, to take informed decisions and to access competent and professional advice and assistance, preferably from an LQGSHQGHQWWKLUGSDUW\ZK HQHHHG

(e) **Protection of privacy.** Businesses should protect consumers' privacy through a combination of appropriate control, security, transparency and

consent mechanisms relating to the collection and use
RIWKHLUSHUVRQDOGDWD

(f) **Consumer complaints and disputes.** Businesses should make available complaints-handling mechanisms that provide consumers with expeditious, fair, transparent, inexpensive, accessible, speedy and effective dispute resolution without unnecessary cost or burden. Businesses should consider subscribing to domestic and international standards pertaining to internal complaints handling, alternative dispute resolution services and customer satisfaction codes.

V.Guidelines

12. The following guidelines should apply both to home-produced goods and services and to imports.

13. In applying any procedures or regulations for consumer protection, due regard should be given to ensuring that they do not become barriers to international trade and that they are

consistent with international trade obligations.

A.National policies for consumer protection

14. Member States should establish consumer protection policies that encourage:

- (a) *RRGEXVLQHVVSUDFWLHV
- (b) Clear and timely information to enable consumers to contact businesses easily, and to enable regulatory and law enforcement authorities to identify and locate them. This may include information such as the identity of the business, its legal name and the name under which it trades, its principal geographic address, website and e-mail address or other means of contact, its telephone number and its government registration
RUOLFHQFHQXPEHUV

- (c) Clear and timely information regarding the goods or services offered

E\EXVLQHVVHVDQGKWHWHU
 PVDQGRQGLWLRQVRIWKHUH
 OHYDQWWUDQVDFWLRQ (d)
 Clear, concise and easy to understand
 contract terms that are not XQIDLU

- (e) A transparent process for the confirmation, cancellation, return and
 UHIXQGRIWUDQVDFWLRQV

- (f) 6HFXUHSD\PHQWPHFKDQLVPV

- (g))DLUDIIRUGDEOHDQGVSHHG\
 GLVSXWHUHVROXWLRQDQGU
 HGUHV

- (h) &RQVXPHUSULYDF\DQGGDWD
 VHFXULW\

- (i) Consumer and business education.

15. Member States should work towards ensuring that consumer protection enforcement agencies have the necessary

human and financial resources to promote effective compliance and to obtain or facilitate redress for consumers in appropriate cases.

B.Physical safety

16. Member States should adopt or encourage the adoption of appropriate measures, including legal systems, safety regulations, national or international standards, voluntary standards and the maintenance of safety records to ensure that products are safe for either intended or normally foreseeable use.

17. Appropriate policies should ensure that goods produced by manufacturers are safe for either intended or normally foreseeable use. Those responsible for bringing goods to the market, in particular suppliers, exporters, importers, retailers and the like (hereinafter referred

to as “distributors”), should ensure that while in their care these goods are not rendered unsafe through improper handling or storage and that while in their care they do not become hazardous through improper handling or storage. Consumers should be instructed in the proper use of goods and should be informed of the risks involved in intended or normally foreseeable use. Vital safety information should be conveyed to consumers by internationally understandable symbols wherever possible.

18. Appropriate policies should ensure that if manufacturers or distributors become aware of unforeseen hazards after products are placed on the market, they should notify the relevant authorities and, as appropriate, the public without delay. Member States should also consider ways of ensuring that consumers are properly informed of such hazards.

19. Member States should, where appropriate, adopt policies under which, if a product is found to be seriously

defective and/or to constitute a substantial and severe hazard even when properly used, manufacturers and/or distributors should recall it and replace or modify it, or substitute another product for it. If it is not possible to do this within a reasonable period of time, the consumer should be adequately compensated.

C.Promotion and protection of the economic interests of consumers

20. Member States should seek to enable consumers to obtain optimum benefit from their economic resources. They should also seek to achieve the goals of satisfactory production and performance standards, adequate distribution methods, fair business practices, informative marketing and effective protection against practices which could adversely affect the economic interests of consumers and the exercise of choice in the marketplace.

21. Member States should intensify their efforts to prevent practices which are

damaging to the economic interests of consumers through ensuring that manufacturers, distributors and others involved in the provision of goods and services adhere to established laws and mandatory standards. Consumer organizations should be encouraged to monitor adverse practices, such as the adulteration of foods, false or misleading claims in marketing and service frauds.

22. Member States should develop, strengthen or maintain, as the case may be, measures relating to the control of restrictive and other abusive business practices which may be harmful to consumers, including means for the enforcement of such measures. In this connection, Member States should be guided by their commitment to the Set of Multilaterally Agreed Equitable Principles and Rules for the Control of Restrictive Business Practices adopted by the General Assembly in resolution 35/63 of 5 December 1980.

23. Member States should adopt or maintain policies that make clear the

responsibility of the producer to ensure that goods meet reasonable demands of durability, utility and reliability, and are suited to the purpose for which they are intended, and that the seller should see that these requirements are met. Similar policies should apply to the provision of services.

24. Member States should encourage fair and effective competition in order to provide consumers with the greatest range of choice among products and services at the lowest cost. Member States should ensure that their consumer protection policies are not used to protect domestic businesses from competition or applied unfairly.

25. Member States should, where appropriate, see to it that manufacturers and/or retailers ensure adequate availability of reliable after-sales service and spare parts.

26. Consumers should be protected from such contractual abuses as one-sided standard contracts, exclusion of essential

rights in contracts and unconscionable conditions of credit by sellers.

27. Promotional marketing and sales practices should be guided by the principle of fair treatment of consumers and should meet legal requirements. This requires the provision of the information necessary to enable consumers to take informed and independent decisions, as well as measures to ensure that the information provided is accurate.

28. Member States should encourage all concerned to participate in the free flow of accurate information on all aspects of consumer products.

29. Consumer access to accurate information about the environmental impact of products and services should be encouraged through such means as product profiles, environmental reports by industry, information centres for consumers, voluntary and transparent ecolabelling programmes and product information hotlines.

30. Member States, in close collaboration with manufacturers, distributors and consumer organizations, should take measures regarding misleading environmental claims or information in advertising and other marketing activities. The development of appropriate advertising codes and standards for the regulation and verification of environmental claims should be encouraged.

31. Member States should, within their own national context, encourage the formulation and implementation by businesses, in cooperation with consumer organizations, of codes of marketing and other business practices to ensure adequate consumer protection. Voluntary agreements may also be established jointly by businesses, consumer organizations and other interested parties. These codes should receive adequate publicity.

32. Member States should regularly review legislation pertaining to weights

and measures and assess the adequacy of the machinery for its enforcement.

D. Standards for the safety and quality of consumer goods and services

33. Member States should, as appropriate, formulate or promote the elaboration and implementation of standards, voluntary and other, at the national and international levels for the safety and quality of goods and services and give them appropriate publicity. National standards and regulations for product safety and quality should be reviewed from time to time in order to ensure that they conform, where possible, to generally accepted international standards.

34. Where a standard lower than the generally accepted international standard is being applied because of local economic conditions, every effort should be made to raise that standard as soon as possible.

35. Member States should encourage and ensure the availability of facilities to test and certify the safety, quality and performance of essential consumer goods and services.

E. Distribution facilities for essential consumer goods and services

36. Member States should, where appropriate, consider:

(a) Adopting or maintaining policies to ensure the efficient distribution of essential goods and services where this distribution is endangered, as could be the case particularly in rural areas. Such policies could include assistance for the creation of adequate storage and retail facilities in rural centres, incentives for consumer self-help and better control of the

conditions under which essential goods and services are provided in UXUDODUHDV

(b) Encouraging the establishment of consumer cooperatives and related trading activities, as well as providing information about them, especially in rural areas.

F.Dispute resolution and redress

37. Member States should encourage the development of fair, effective, transparent and impartial mechanisms to address consumer complaints through administrative, judicial and alternative dispute resolution, including for cross-border cases. Member States should establish or maintain legal and/or administrative measures to enable consumers or, as appropriate, relevant organizations to obtain redress through formal or informal procedures that are expeditious, fair, transparent, inexpensive and accessible. Such procedures should take particular account

of the needs of vulnerable and disadvantaged consumers. Member States should provide consumers with access to remedies that do not impose a cost, delay or undue burden on the economic value at stake and at the same time do not impose excessive or undue burdens on society and businesses.

38. Member States should encourage all businesses to resolve consumer disputes in an expeditious, fair, transparent, inexpensive, accessible and informal manner, and to establish voluntary mechanisms, including advisory services and informal complaints procedures, which can provide assistance to consumers.

39. Information on available redress and other dispute-resolving procedures should be made available to consumers. Access to dispute resolution and redress mechanisms, including alternative dispute resolution, should be enhanced, particularly in cross-border disputes.

40. Member States should ensure that collective resolution procedures are

expeditious, transparent, fair, inexpensive and accessible to both consumers and businesses, including those pertaining to overindebtedness and bankruptcy cases.

41. Member States should cooperate with businesses and consumer groups in furthering consumer and business understanding of how to avoid disputes, of dispute resolution and redress mechanisms available to consumers and of where consumers can file complaints.

G.Education and information programmes

42. Member States should develop or encourage the development of general consumer education and information programmes, including information on the environmental impacts of consumer choices and behaviour and the possible implications, including benefits and costs, of changes in consumption, bearing in mind the cultural traditions of the people concerned. The aim of such

programmes should be to enable people to act as discriminating consumers, capable of making an informed choice of goods and services, and conscious of their rights and responsibilities. In developing such programmes, special attention should be given to the needs of vulnerable and disadvantaged consumers, in both rural and urban areas, including low-income consumers and those with low or non-existent literacy levels. Consumer groups, business and other relevant organizations of civil society should be involved in these educational efforts.

43. Consumer education should, where appropriate, become an integral part of the basic curriculum of the educational system, preferably as a component of existing subjects.

44. Consumer education and information programmes should cover such important aspects of consumer protection as the following: (a) Health, nutrition, prevention of food-borne diseases and food

(b)

- (c) 3URGXFWODEHOOLQJ
- (d) Relevant legislation, how to access dispute resolution mechanisms and obtain redress and agencies and organizations for consumer
SURWHFWLRQ
- (e) Information on weights and measures, prices, quality, credit conditions and availability
RIEDVLFQHFHVVLWLHV
- (f) (QYLURQPHQWDOSURWHFWL
RQ
- (g) (OHFWURQLFFRPPHUFH
- (h))LQDQFLDOVHUYLEFHV
- (i) Efficient use of materials, energy and water.

45. Member States should encourage consumer organizations and other interested groups, including the media, to undertake education and information programmes, including on the environmental impacts of consumption patterns and on the possible implications, including benefits and costs, of changes

in consumption, particularly for the benefit of low-income consumer groups in rural and urban areas.

46. Businesses should, where appropriate, undertake or participate in factual and relevant consumer education and information programmes.

47. Bearing in mind the need to reach rural consumers and illiterate consumers, Member States should, as appropriate, develop or encourage the development of consumer information programmes in the mass media or through other delivery channels that reach such consumers.

48. Member States should organize or encourage training programmes for educators, mass media professionals and consumer advisers to enable them to participate in carrying out consumer information and education programmes.

H.Promotion of sustainable consumption

49. Sustainable consumption includes meeting the needs of present and future generations for goods and services in ways that are economically, socially and environmentally sustainable.

50. Responsibility for sustainable consumption is shared by all members and organizations of society, with informed consumers, Member States, businesses, labour organizations and consumer and environmental organizations playing particularly important roles. Informed consumers have an essential role in promoting consumption that is environmentally, economically and socially sustainable, including through the effects of their choices on producers. Member States should promote the development and implementation of policies for sustainable consumption and the integration of those policies with other public policies. Policymaking by

Member States should be conducted in consultation with business, consumer and environmental organizations and other concerned groups. Business has a responsibility for promoting sustainable consumption through the design, production and distribution of goods and services. Consumer and environmental organizations have a responsibility for promoting public participation and debate on sustainable consumption, for informing consumers and for working with Member States and businesses towards sustainable consumption.

51. Member States, in partnership with business and relevant organizations of civil society, should develop and implement strategies that promote sustainable consumption through a mix of policies that

FRXOG LQFOXGH
 UHJXODWLRQV HFRQRPLF DQG
 VRFLDO LQVWUXPHQWV
 VHFWRUDO SROLFLHV LQ VXFK
 DUHDV DV ODQG XVH
 WUDQVSRUW HGHUJ\ DQG
 KRXLQJ information programmes to

raise awareness of the impact of
 FRQVXPSWLRQSDWWHUQVUHPR
 YDORIVXEV LGLHVWKDWSURPR
 WHXQVXVWDLQDEOH
 SDWWHUQV RI FRQVXPSWLRQ
 DQG SURGXFWLRQ DQG
 SURmotion of sectorspecific best
 practices in environmental management.

52. Member States should encourage the design, development and use of products and services that are safe and energy- and resourceefficient, considering their full life cycle impacts. Member States should encourage recycling programmes that encourage consumers to both recycle wastes and purchase recycled products.

53. Member States should promote the development and use of national and international environmental health and safety standards for SURGXFWV DQG VHUYLFHV VXFV VWDQGDUGV VKRXOG QRW UHVXOW LQ GLVJXLVHG barriers to trade.

54. Member States should encourage impartial environmental testing of products.

55. Member States should safely manage environmentally harmful uses of substances and encourage the development of environmentally sound alternatives for such uses. New potentially hazardous substances should be evaluated on a scientific basis for their long-term environmental impact prior to distribution.

56. Member States should promote awareness of the health-related benefits of sustainable consumption and production patterns, bearing in mind both direct effects on individual health and collective effects through environmental protection.

57. Member States, in partnership with the private sector and other relevant organizations, should encourage the transformation of unsustainable consumption patterns through the development and use of new environmentally sound products and services and new technologies, including information and communication technologies that can meet consumer

needs, while reducing pollution and depletion of natural resources.

58. Member States are encouraged to create or strengthen effective regulatory mechanisms for the protection of consumers, including aspects of sustainable consumption.

59. Member States should consider a range of economic instruments, such as fiscal instruments and internalization of environmental costs, to promote sustainable consumption, taking into account social needs, the need for disincentives for unsustainable practices and incentives for more sustainable practices, while avoiding potential negative effects for market access, in particular for developing countries.

60. Member States, in cooperation with business and other relevant groups, should develop indicators, methodologies and databases for measuring progress towards sustainable consumption at all levels. That information should be publicly available.

61. Member States and international agencies should take the lead in introducing sustainable practices in their own operations, in particular through their procurement policies. Member State procurement, as appropriate, should encourage the development and use of environmentally sound products and services.

62. Member States and other relevant organizations should promote research on consumer behaviour related to environmental damage in order to identify ways to make consumption patterns more sustainable.

I. Electronic commerce

63. Member States should work towards enhancing consumer confidence in electronic commerce by the continued development of transparent and effective consumer protection policies, ensuring a level of protection that is not less than that afforded in other forms of commerce.

64. Member States should, where appropriate, review existing consumer protection policies to accommodate the special features of electronic commerce and ensure that consumers and businesses are informed and aware of their rights and obligations in the digital marketplace.

65. Member States may wish to consider the relevant international guidelines and standards on electronic commerce and the revisions thereof, and, where appropriate, adapt those guidelines and standards to their economic, social and environmental circumstances so that they can adhere to them, as well as collaborate with other Member States in their implementation across borders. In so doing, Member States may wish to study the Guidelines for Consumer Protection in the Context of Electronic Commerce of the Organization for Economic Cooperation and Development.

J.Financial services

66. Member States should establish or encourage, as appropriate:

(a)

)LQDQFLDOFRQVXPHUSURWHFW
LRQUHJXODWRU\DQGHQIRUFHP

HQWSROLFLHV (b) Oversight bodies with the necessary authority and

resources to carry

RXWWKHLUPLVLRQ

(c) Appropriate controls and insurance mechanisms to protect consumer
DVVHWVWLQFOXGLQJGHSRVLWV

(d) Improved financial education strategies that promote financial
OLWHUDF\

(e) Fair treatment and proper disclosure, ensuring that financial institutions are also responsible and accountable for the actions of their authorized agents. Financial services providers should have

a written policy on conflict of interest to help detect potential conflicts of interest. When the possibility of a conflict of interest arises between the provider and a third party, that should be disclosed to the consumer to ensure that potential consumer detriment generated by conflict of

(f) Responsible business conduct by financial services providers and authorized agents, including responsible lending and the sale of

(g) Appropriate controls to protect consumer financial data, including

(h) A regulatory framework that promotes cost efficiency and transparency for remittances, such that consumers are provided with clear information on the price and delivery of the funds to be transferred, exchange rates, all fees and any other costs associated with the money

transfers offered, as well as remedies if transfers fail.

67. Member States should adopt measures to reinforce and integrate consumer policies concerning financial inclusion, financial education and the protection of consumers in accessing and using financial services.

68. Member States may wish to consider relevant international guidelines and standards on financial services and the revisions thereof, and, where appropriate, adapt those guidelines and standards to their economic, social and environmental circumstances so that they can adhere to them, as well as collaborate with other Member States in their implementation across borders. In so doing, Member States may wish to study the High-level Principles on Financial Consumer Protection of the Organization for Economic Cooperation and Development and the Group of 20, as well as the Principles for Innovative Financial Inclusion of the Group of 20 and the

Good Practices for Financial Consumer Protection of the World Bank.

K.Measures relating to specific areas

69. In advancing consumer interests, particularly in developing countries, Member States should, where appropriate, give priority to areas of essential concern for the health of the consumer, such as food, water, pharmaceuticals, energy and public utilities, and also address the specificities of tourism. Policies should be adopted or maintained for product quality control, adequate and secure distribution facilities, standardized international labelling and information, and education and research programmes in these areas. Member State guidelines in regard to specific areas should be developed in the context of the provisions of the present document.

70. **Food.** When formulating national policies and plans with regard to food, Member States should take into account

the need of all consumers for food security and should support and, as far as possible, adopt standards from the Food and Agriculture Organization of the United Nations and the World Health Organization Codex Alimentarius or, in their absence, other generally accepted international food standards. Member States should maintain, develop or improve food safety measures, including, inter alia, safety criteria, food standards and dietary requirements and effective monitoring, inspection and evaluation mechanisms.

71. Member States should promote sustainable agricultural policies and practices, conservation of biodiversity and protection of soil and water, taking into account traditional knowledge.

72. **Water.** Member States should, within the goals and targets set for the International Drinking Water Supply and Sanitation Decade, formulate, maintain or strengthen national policies to improve the supply, distribution and quality of water for drinking. Due regard should be

paid to the choice of appropriate levels of service, quality and technology, the need for education programmes and the importance of community participation.

73. Member States should assign high priority to the formulation and implementation of policies and programmes concerning the multiple uses of water, taking into account the importance of water for sustainable development in general and its finite character as a resource.

74. **Pharmaceuticals.** Member States should develop or maintain adequate standards, provisions and appropriate regulatory systems for ensuring the quality and appropriate use of pharmaceuticals through integrated national drug policies which could address, inter alia, procurement, distribution, production, licensing arrangements, registration systems and the availability of reliable information on pharmaceuticals. In so doing, Member States should take special account of the work and recommendations of the World

Health Organization on pharmaceuticals. For relevant products, the use of that organization's Certification Scheme on the Quality of Pharmaceutical Products Moving in International Commerce and other international information systems on pharmaceuticals should be encouraged. Measures should also be taken, as appropriate, to promote the use of international non-proprietary names for drugs, drawing on the work done by the World Health Organization.

75. In addition to the priority areas indicated above, Member States should adopt appropriate measures in other areas, such as pesticides and chemicals in regard, where relevant, to their use, production and storage, taking into account such relevant health and environmental information as Member States may require producers to provide and include in the labelling of products.

76. **Energy.** Member States should promote universal access to clean energy and formulate, maintain or strengthen national policies to improve the supply,

distribution and quality of affordable energy to consumers according to their economic circumstances. Consideration should be given to the choice of appropriate levels of service, quality and technology, regulatory oversight, the need for awareness-raising programmes and the importance of community participation.

77. Public utilities. Member States should promote universal access to public utilities and formulate, maintain or strengthen national policies to improve rules and statutes dealing with provision of service, consumer information, security deposits and advance payment for service, late payment fees, termination and restoration of service, establishment of payment plans and dispute resolution between consumers and utility service providers, taking into account the needs of vulnerable and disadvantaged consumers.

78. Tourism. Member States should ensure that their consumer protection policies are adequate to address the

marketing and provision of goods and services related to tourism, including, but not limited to, travel, traveller accommodation and timeshares. Member States should, in particular, address the cross-border challenges raised by such activity, including enforcement cooperation and information-sharing with other Member States, and should also cooperate with the relevant stakeholders in the tourism-travel sector.

VI. International cooperation

79. Member States should, especially in a regional or subregional context:

(a) Develop, review, maintain or strengthen, as appropriate, mechanisms for the exchange of information on national policies and PHDVXUHVVLQWKHILHOGRIFRQV XPHUSURWHFWLRQ

(b) Cooperate or encourage cooperation in the implementation of consumer protection policies to achieve greater

results within existing resources. Examples of such cooperation could be collaboration in the setting up or joint use of testing facilities, common testing procedures, exchange of consumer information and education programmes, joint

WUDLQLQJSURJUDPPHVDQGMRL
 QWHODERUDWLRQRIUHJXODWL
 RQV

(c) Cooperate to improve the conditions under which essential goods are offered to consumers, giving due regard to both price and quality. Such cooperation could include joint procurement of essential goods, exchange of information on different procurement possibilities and agreements on regional product specification.

80. Member States should develop or strengthen information links regarding products which have been banned, withdrawn or severely restricted in order to enable other importing countries to protect themselves adequately against the harmful effects of such products.

81. Member States should work to ensure that the quality of products and the information relating to such products does not vary from country to country in a way that would have detrimental effects on consumers.

82. Member States should improve their ability to cooperate in combating fraudulent and deceptive cross-border commercial practices, as that serves an important public interest, recognizing that cooperation on particular investigations or cases under these guidelines remains within the discretion of the consumer protection enforcement agency that is asked to cooperate.

83. The consumer protection enforcement agencies of Member States should coordinate investigations and enforcement activities to avoid interference with the investigations and enforcement activities of consumer protection enforcement agencies taking place in other jurisdictions.

84. The consumer protection enforcement agencies of Member States should make

every effort to resolve disagreements that may arise regarding cooperation.

85. Member States and their consumer protection enforcement agencies should make use of existing international networks and enter into appropriate bilateral and multilateral arrangements and other initiatives to implement these guidelines.

86. Member States should enable their consumer protection policy agencies, in consultation with consumer protection enforcement agencies, to take a leading role in developing the framework for combating fraudulent and deceptive commercial practices, as set out in these guidelines.

87. Member States are invited to designate a consumer protection enforcement agency or a consumer protection policy agency to act as a contact point to facilitate cooperation under these guidelines. Those designations are intended to complement and not replace other means of cooperation. Such

designations should be notified to the Secretary General.

88. Member States should provide their consumer protection enforcement agencies with the authority to investigate, pursue, obtain and, where appropriate, share relevant information and evidence, particularly on matters relating to cross-border fraudulent and deceptive commercial practices affecting consumers. That authority should extend to cooperation with foreign consumer protection enforcement agencies and other appropriate foreign counterparts.

89. Member States should consider participating in multilateral and bilateral arrangements to improve international judicial and interagency cooperation in the recovery of foreign assets and the enforcement of decisions in cross-border cases.

90. Member States may wish to consider relevant international guidelines and standards on protecting consumers from fraudulent and deceptive cross-border commercial practices, in considering the

legal authority to provide to their consumer protection enforcement agencies, and, where appropriate, adapt those guidelines and standards to their circumstances. In so doing, Member States may wish to study the Guidelines for Protecting Consumers from Fraudulent and Deceptive Commercial Practices across Borders of the Organization for Economic Cooperation and Development.

91. To promote sustainable consumption, Member States, international bodies and business should work together to develop, transfer and disseminate environmentally sound technologies, including through appropriate financial support from developed countries, and to devise new and innovative mechanisms for financing their transfer among all countries, in particular to and among developing countries and countries with economies in transition.

92. Member States and international organizations, as appropriate, should promote and facilitate capacity-building

in the area of sustainable consumption, particularly in developing countries and countries with economies in transition. In particular, Member States should also facilitate cooperation among consumer groups and other relevant organizations of civil society, with the aim of strengthening capacity in this area.

93. Member States and international bodies, as appropriate, should promote programmes relating to consumer education and information.

94. Member States should work to ensure that policies and measures for consumer protection are implemented with due regard to their not becoming barriers to international trade and that they are consistent with international trade obligations.

VII. International institutional machinery

A. Institutional arrangements

95. An intergovernmental group of experts on consumer protection law and policy, operating within the framework of an existing commission of the Trade and Development Board of the United Nations Conference on Trade and Development, will provide the institutional machinery.

96. Member States should take appropriate steps at the national or regional levels to implement these guidelines.

B. Functions of the intergovernmental group of experts on consumer protection law and policy

97. The intergovernmental group of experts on consumer protection law and policy shall have the following functions:

(a) To provide an annual forum and modalities for multilateral consultations, discussion and exchange of views between Member States on matters related to the guidelines, in particular their

LPSOHPHQWDWLRQDQGWKHH[S
HULHQFHDULVLQJWKHUHIURP

(b) To undertake studies and research periodically on consumer protection issues related to the guidelines based on a consensus and the interests of Member States and disseminate them with a view to increasing the exchange of experience and giving greater effectiveness
WRWKHJXLGHOLQHV

(c) To conduct voluntary peer reviews of national consumer protection policies of Member States, as implemented by consumer protection DXWKRULWLHV

(d) To collect and disseminate information on matters relating to the overall attainment of the goals of the guidelines and to the appropriate steps Member States have taken at the national or regional levels to

SURPRWHHIIHFWLYHLPSOHPHQ
 WDWLRQRIWKHLUREMHFWLYHV
 DQGSULQFLSOHV

(e) To provide capacity-building and technical assistance to developing countries and economies in transition in formulating and enforcing consumer protection laws aQGSROLFLHV

(f) To consider relevant studies, documentation and reports from relevant organizations of the United Nations system and other international organizations and networks, to exchange information on work programmes and topics for consultations and to identify worksharing projects and cooperation in the provision of technical DVVLVWDQFH

(g) To make appropriate reports and recommendations on the consumer protection policies of Member States, including the application and implementation of these guLGHOLQHV

(h) To operate between and report to the United Nations Conference to Review All

Aspects of the Set of Multilaterally
 Agreed Equitable
 3ULQFLSOHVDQG5XOHVIRUWKH
 &RQWURORI5HVVULFWLYH%XV
 LQHVV3UDFWLHV

(i) To conduct a periodic review of the guidelines, when mandated by the United Nations Conference to Review All Aspects of the Set of Multilaterally Agreed Equitable Principles and Rules for the Control of 5HVVULFWLYH%XVLQHVV3UDFWLHV

(j) To establish such procedures and methods of work as may be necessary to carry out its mandate.

98. In the performance of its functions, neither the intergovernmental group nor its subsidiary organs shall pass judgement on the activities or conduct of individual Member States or of individual enterprises in connection with a specific business transaction. The intergovernmental group or its subsidiary organs should avoid becoming involved

when enterprises to a specific business transaction are in dispute.

99. The intergovernmental group shall establish such procedures as may be necessary to deal with issues related to confidentiality.
