

ABSTRAK

Toko Basmalah Kamal dalam menjual sebuah produknya terdapat perbedaan harga, antara harga di rak dengan di kasir. Kesalahan label harga dengan daftar harga pada mesin komputer pembayaran sering terjadi. Selain itu terdapat pula kesalahan lain seperti halnya menetapkan dua harga dalam satu barang. Oleh karena itulah, peneliti tertarik untuk meneliti tentang Perbedaan Harga Barang Di Kasir Dengan label Harga Di Tinjau Dari Undang – Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999, Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 35/M-Dag/Per/7/2013 Dan Fiqh Muamalah di Toko Basmalah Kamal. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan: 1) Bagaimana praktik pemberian harga produk di Toko Basmalah Kamal ? 2) Bagaimana Tinjauan Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999, Peraturan Menteri Perdagangan No. 35 Tahun 2013 dan Fiqh Muamalah terhadap perbedaan harga barang dikasir dengan label harga di Toko Basmalah Kamal ?

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*Field Research*) dengan pendekatan yuridis normatif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara serta dokumentasi untuk mendapatkan data mengenai pencantuman harga barang antara di kasir dengan label harga di Toko Basmalah untuk dikaji menggunakan Undang – Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999, Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 35/M-Dag/Per/7/2013 Dan Fiqh Muamalah.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa: 1) perbedaan harga barang di kasir dengan label harga jika ditinjau berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen No.8 Tahun 1999 tidak sesuai dengan teori yang ada yakni, karena pelaku usaha toko Basmalah Kamal telah melanggar Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 pasal 7 tentang kewajiban pelaku usaha pada Poin b dan g. 2) jika ditinjau dari Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 35/M-Dag/Per/7/2013 tidak sesuai yakni, karena pelaku usaha toko Basmalah Kamal dalam memperdagangkan usahanya tidak mencantumkan harga yang benar. 3) Jika ditinjau dari fiqh muamalah, maka praktik jual beli (*bai*) yang dilakukan sudah sesuai dengan aturan fiqh muamalah. Dimana rukun dan syarat sudah terpenuhi. Namun, jika melihat dari segi harganya, masih terdapat perbedaan harga antara label harga dengan harga di kasir. Namun pihak toko Basmalah kamal sebagai penjual memberikan hak *khiyār majlis* kepada konsumen. Dimana konsumen dapat memilih untuk tetap membeli atau membatalkan.

Kata kunci: Harga, Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999, Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 35/M-Dag/Per/7/2013 dan Fiqh Muamalah

ABSTRACT

There are price differences of selling product in Kamal *Basmalah* shop, between the price on the shelf and the cashier. Error price tags with price lists on computer machines payments often occur. In addition, there are also other mistakes, such as setting two prices in one item. Therefore, researcheris interested in examining the difference in the price of goods at the cashier with the price tag reviewed from the Consumer Protection Act No. 8 of 1999, RI Minister of Trade Regulation No. 35 / M-Dag /Per/ 7/2013 and *Fiqh Muamalah* in Kamal *Basmalah* Shop. This study aims to answer the questions: 1) What is the practice of product pricing at Kamal *Basmalah* Shop? 2) How is the Review of Consumer Protection Law No. 8 of 1999, Regulation of the Minister of Trade No. 35 of 2013 and *Fiqh Muamalah* on the difference in prices of goods driven by price tags at Kamal *Basmalah* Shop?

This study uses a type of field research (*Field Research*) with a normative juridical approach. Data collection is done through observation, interviews and documentation to obtain data on the inclusion of the price of goods between the cashier and the price tag at *Basmalah* Shop to be reviewed using the Consumer Protection Act No. 8 of 1999, RI Minister of Trade Regulation No. 35 / M-Dag /Per/ 7/2013 and *Fiqh Muamalah*.

The results of this study conclude that: 1) the difference in the price of goods at the cashier with a price tag if reviewed under the Consumer Protection Act No.8 of 1999 is not in accordance with the existing theory, because Kamal *Basmalah* shopper has violated the Consumer Protection Act No. Article 7 concerning the obligations of business actors in Points b and g. 2) if viewed from Republic of Indonesia Minister of Trade Regulation No. 35 / M-Dag /Per/ 7/2013 is not appropriate, because the trading business of *Basmalah* Kamal store does not include the correct price. 3) If viewed from *fiqh muamalah*, then the practice of buying and selling (*bai*) done is in accordance with the rules of *fiqh muamalah*. Where harmony and conditions are met. However, if viewed in terms of price, there are still price differences between price tags and prices at the checkout. But then again Kamal *Basmalah* shop as a seller gives *khiyār majlis* rights to consumers. Where consumers can choose to keep buying or canceling.

Keywords: Price, Consumer Protection Act No. 8 of 1999, RI Minister of Trade Regulation No. 35 / M-Dag /Per/ 7/2013 and *Fiqh Muamalah*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	-
HALAMAN COVER	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
MOTTO	x
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xv
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
D. Kajian Pustaka	7
E. Sistematika Pembahasan.....	9
BAB 11 : LANDASAN TEORI	11
A. Konsep UU No. 08 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen	11
B. Konsep Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 35/M-Dag/Per/7/2013	17
C. Konsep Jual Beli	20
1. Pengertian Jual Beli	20
2. Dasar Hukum Jual Beli	22

3. Rukun dan Syarat Jual Beli	24
4. Bentuk-Bentuk Jual Beli yang dilarang	28
5. Manfaat Jual Beli.....	30
6. Hikmah Jual Beli	30
D. Konsep Harga	31
1. Pengertian Harga	31
2. Hukum Menetapkan Harga.....	32
3. Tujuan Menetapkan Harga	35
4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga	35
5. Penyebab Rusaknya Harga	37
E. Konsep Khiyar	37
1. Pengertian <i>Khiyār</i>	37
2. Hukum <i>Khiyār</i> dalam Jual Beli	39
3. Syarat <i>Khiyār</i>	40
4. Macam-Macam <i>Khiyār</i>	41
5. Hikmah <i>Khiyār</i>	47
BAB III : METODE PENELITIAN.....	49
A. Jenis Penelitian	49
B. Sifat Penelitian.....	50
C. Pendekatan Penelitian.....	50
D. Sumber Data	51
1. Data Primer.....	51
2. Data Sekunder.....	51
E. Teknik Pengumpulan Data.....	53
1. Observasi	53
2. Wawancara	54
3. Dokumentasi.....	56
F. Teknik Analisis Data.....	56
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
A. Gambaran Umum Toko Basmalah Kamal	58
1. Profil Toko Basmalah	58

2. Visi dan Misi	60
B. Praktik Pemberian Harga di Toko Basmalah Kamal	60
C. Perbedaan Harga Barang di Kasir dengan Label Harga di Toko Basmalah Kamal	63
1. Tinjauan Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 Terhadap Perbedaan Harga Barang di Kasir dengan Label Harga di Toko Basmalah Kamal	63
2. Peraturan Menteri Perdagangan No. 35 Tahun 2013 Terhadap Perbedaan Harga Barang di Kasir dengan Label Harga di Toko Basmalah Kamal.....	66
3. Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Perbedaan Harga Barang di Kasir dengan Label Harga di Toko Basmalah Kamal.....	68
BAB V PENUTUP	71
A. Kesimpulan.....	71
B. Saran	73
Daftar Pustaka.....	74
Lampiran	
Daftar Riwayat Hidup	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	52
Tabel 3.2	55

