

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia adalah secara individual tidak dapat memenuhi seluruh kebutuhannya sendiri sebab beberapa barang yang dibutuhkan ada pada orang lain, Hal ini dikarenakan suatu saat seseorang memiliki kebutuhan yang tidak dapat dimiliki oleh orang lain sehingga terjadilah kegiatan tukar menukar antara barang dan jasa yang biasa dikenal dengan perdagangan.

Perdagangan merupakan pranata ekonomi Islam yang paling menonjol karena meliputi berbagai aktivitas bisnis lainnya, di antaranya perburuhan atau sewa-menyewa barang dan jasa (ijarah), kerja sama usaha (*syarikah*), dan pranata ekonomi lain yang merupakan bentuk usaha manusia dalam mencari nafkah.¹ Selain itu, perdagangan merupakan salah satu penggerak dalam perekonomian negara. Dimana dalam suatu negara memiliki aktivitas bisnis perdagangan yang tinggi maka dari itu perekonomian negara akan mengalami peningkatan. Begitu sebaliknya apabila ekonomi suatu negara akan mengalami perlambatan jika negara tersebut tidak memiliki aktivitas bisnis perdagangan yang berkelanjutan. Maka dari itu bisnis perdagangan merupakan salah satu faktor kemajuan ekonomi suatu negara. Berbicara mengenai perdagangan yang tidak akan lepas dengan adanya penjual dan pembeli. Dalam dunia perdagangan memiliki berbagai macam jenis transaksi yaitu jual beli. Jual beli tidak bisa

¹Moh. fauzan, *Pengantar Hukum Islam dan Pranata Sosial*, (Bandung: CV Pustaka Setia ,2013). 299.

dilepaskan dalam dunia bisnis karena jual beli ini merupakan aktivitas yang sangat umum dilakukan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya.² Tingginya perekonomian masyarakat membuat ramainya tingkat perdagangan yang menyebabkan adanya berbagai barang dan jasa. Hal ini menguntungkan bagi masyarakat sebab kebutuhan yang bervariasi dapat ditemukan dengan mudah.

Dalam memenuhi kebutuhannya masyarakat tidak akan terlepas dari kebutuhan pokok tersebut baik itu sandang, pangan dan papan. Karena semakin meluasnya perdagangan dan memilih aneka jenis barang dan jasa yang mempunyai kualitas yang baik sesuai dengan keinginan konsumen. Maka dari itu masyarakat pada umumnya membutuhkan bahan-bahan pokok untuk menunjang kehidupannya sehari-hari yaitu sembako dan kebutuhan rumah tangga yang bisa ditemui diberbagai pasar tradisional, toko kelontong maupun supermarket. Namun seringkali dijumpai konsumen lebih nyaman berbelanja di supermarket dikarenakan ruangan yang bersih dan nyaman selain itu produk-produk yang ditemui di supermarket lebih lengkap, mudah dan terjangkau.

Di samping itu dalam kehidupan sosial setiap masyarakat tidak terlepas dari orang lain, sehingga menimbulkan adanya hak dan kewajiban. Setiap hak dan kewajiban harus dipenuhi dan diperhatikan oleh setiap orang dan orang lain dalam waktu yang sama untuk menutut

²Ari Kurniawan, *Muamalah Bisnis Perdagangan Syariah*, JUSTITIA Jurnal Hukum, ,Volume 1, Nomor 1 April 2017, 38.

kewajiban yang harus ditunaikan. Hubungan antara hak dan kewajiban itu diatur dalam kaidah-kaidah hukum yang bertujuan untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman untuk menunaikan kepentingannya. Kaidah tersebut antara hak dan kewajiban dalam kehidupan masyarakat disebut mu'amalah. Oleh sebab itu dalam menjamin keselarasan dan keharmonisan dibutuhkan kaidah, patokan, atau norma yang mengatur perhubungan manusia dalam perdagangan, yaitu hukum dan moralitas perdagangan. Dalam konteks keilmuan, perdagangan harus diatur oleh etika yang benar menurut hukum-hukum Allah SWT dan Rasul SAW serta mengikuti perkembangan zaman sepanjang tidak merugikan pihak-pihak yang terkait dalam interaksi perdagangan yang dimaksudkan.³

Akan tetapi, seiring dengan berkembangnya zaman tanpa disadari bahwa segala perubahan itu terjadi begitu cepat. Perubahan itu akan selalu terjadi dalam suatu kerangka waktu yang relatif tidak terlalu lama. Hal tersebut didukung oleh berbagai aspek yang mendukung terjadinya perubahan disebabkan karena adanya perubahan perekonomian yang bersifat global dan juga teknologi yang semakin canggih dan mengarah pada kemudahan.

Namun dengan perubahan yang terjadi, gaya hidup masyarakat berubah salah satunya motivasi dalam perilaku berbelanja yang disebut perilaku konsumen karena para konsumen sekarang menuntut kenyamanan

³ Ahmad Miru & Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: RajaGrafindo: 2004). 51

dalam berbelanja.⁴ Perilaku konsumen tersebut merupakan standarisasi tentang baik dan buruk, benar atau salah dalam suatu produk maupun tempat berbelanja. Pembentukan perilaku konsumen diatas adalah gambaran dari hubungan antara kepercayaan, sikap dan perilaku yang terkait dengan konsep atribut produk.

Loyalitas atau kepercayaan pelanggan terhadap produk atau toko merupakan konsep yang paling penting sebab jika konsumen merasa puas terhadap barang atau jasa yang dikonsumsi mereka akan membeli kembali produk-produk tersebut di tempat yang sama. Hal ini menunjukkan loyalitas atau kepercayaan konsumen terhadap suatu produk atau tempat belanja. Kepercayaan konsumen dapat diartikan sebagai sikap positif konsumen terhadap suatu produk dengan kata lain, seorang pelanggan mungkin tidak akan beralih pada produk yang lain meskipun produk tersebut membuat suatu perubahan baik dalam harga ataupun dalam unsur-unsur produksi. Dengan kata lain loyalitas pelanggan dapat didefinisikan sebagai orang yang khusus membeli suatu produk secara teratur dan berulang-ulang. Pelanggan tersebut juga akan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dalam memiliki atau mendapatkan suatu produk dan jasa. Terciptanya kepuasan dan loyalitas pelanggan menjadi aset penting dalam menjalankan usaha. Apabila konsumen dapat terpuaskan terus-menerus, pelaku usaha akan

⁴Ghaimata, *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian*, Jurnal Of Management, , Volume 1, Nomor 2 Tahun 2012, 2.

mendapatkan loyalitas pelanggan. kepuasan konsumen juga menjadi salah satu faktor kunci dan sangat menentukan terjaganya suatu loyalitas pelanggan akan tetapi kepuasan konsumen tidak menjamin adanya loyalitas konsumen. Konsumen yang merasa senang dan memberi nilai kepuasan belum tentu mereka adalah konsumen yang loyal terhadap suatu produk atau pelaku usaha. Kepuasan pelanggan merupakan bentuk ekspresi, emosi, pikiran maupun perasaan konsumen. Sedangkan loyalitas adalah bentuk ekspresi tindakan. ketika pelanggan kurang mendapatkan informasi suatu produk yang diberikan oleh pelaku usaha mereka akan merasa ketidakpuasan pada toko atau supermarket tersebut.

Dengan adanya penetapan harga, suatu tempat perbelanjaan seringkali memberikan label harga pada suatu produknya. Label adalah setiap keterangan mengenai pangan yang berbentuk gambar, tulisan, kombinasi keduanya, atau bentuk lain yang disertakan pada pangan, dimasukkan atau ditempelkan pada bagian kemasan pangan. Tujuan labelisasi adalah untuk mencegah penipuan dan untuk membantu konsumen dalam pemilihan sesuatu produk agar konsumen bertindak sesuai dengan kepentingan terbaik mereka. Jadi label sangat membantu konsumen untuk mendapat informasi produk sehingga dengan labelisasi tercipta keadilan pasar bagi konsumen. Apabila penjual tidak memberikan label harga pada produk atau barang maka dapat menimbulkan hak sebagai konsumen ada yang tidak terpenuhi. Harga menurut Swastha adalah

sejumlah uang (ditambah beberapa kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapat sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.⁵

Kesalahan umum yang dilakukan pelaku usaha yaitu gagal dalam mengidentifikasi nilai tambah, kenyamanan, dan pelayanan yang diberikan pelanggan seperti halnya produk-produk yang dilabeli harga akan lebih menarik perhatian pelanggan dari pada tidak ada label harga. Penetapan harga pada suatu produk seharusnya sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan namun seringkali konsumen menemukan ketidaksesuaian harga atau kepuasan pada suatu produk yang dibelinya. dapat disimpulkan bahwa penetapan harga dalam labelisasi produk secara bersamaan dapat mempengaruhi minat beli konsumen.

Minat beli itu muncul ketika konsumen melihat suatu produk dan jasa yang ditawarkan, baik dari penampilan, kemasan, serta keunggulan produk tersebut. Atas dasar itu konsumen memiliki kepercayaan terhadap produk yang di ingini dengan kemampuan untuk membeli produk tersebut hingga pada akhirnya timbul keinginan untuk memilikinya. Minat yang timbul dalam diri pembeli seringkali berlawanan dengan kondisi keuangan yang dimiliki, oleh sebab itu dalam tiap diri individu yang mana tak seorang pun bisa tahu apa yang diinginkan dan diharapkan konsumen. Dapat disimpulkan bahwa minat beli adalah kemungkinan konsumen akan melakukan pembelian dengan mencari informasi dari berbagai sumber.

⁵Ruri Putri Utami, Pengaruh Harga dan Kualitas Produk, *Jurnal Niagawan*, ,Volume 6, Nomor 2, Oktober 2017, 46.

Konsumen memiliki ketertarikan terhadap suatu produk atau jasa tetapi belum tentu konsumen akan melakukan pembelian produk atau jasa tersebut. Sebelum membeli suatu produk atau jasa konsumen akan melakukan evaluasi dan pemilihan produk yang digunakan yang akan menghasilkan suatu keputusan, hal ini disebut dengan pengambilan keputusan.⁶

Dalam pengambilan keputusan merupakan sebuah proses yang terdiri dari beberapa tahap, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif sebelum pembelian, pembelian, konsumsi, dan evaluasi alternatif sesudah penelitian.⁷ Apabila konsumen merasa puas dari hasil pembelian tersebut maka mereka akan melakukan pembelian kembali dalam setiap pengambilan keputusan pembelian produk konsumen harus memperhatikan dan mempertimbangkan mana kebutuhan yang harus didahulukan serta layanan yang di dapat baik pada waktu membeli layanan purna jual. Selain mempertimbangkan hal tersebut konsumen juga mempertimbangkan harga atau jumlah uang yang mereka miliki.

Hal yang pertama yang sering diperhatikan konsumen adalah harga, kemudian produk yang akan dibeli, baik tampilan maupun kualitas. Penetapan harga dalam suatu produk merupakan sebuah keputusan yang harus diperhitungkan dengan cermat diantara beberapa supermarket harus

⁶ Az Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Diadit Edit, 2007, 76.

⁷M.Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 25.

menentukan harga suatu produk dan jasa untuk menarik perhatian pelanggan. Akan tetapi, banyak pelaku usaha kurang memberikan informasi yang cukup mengenai harga suatu produk. Hal tersebut dapat membingungkan pelanggan untuk memutuskan pembelian suatu produk dan mempengaruhi kegiatan pemasaran dan penjualan toko tersebut.⁸

Berbeda dengan hukum islam, harga dalam hukum islam adalah tolak ukur yang senilai dengan barang yang dibeli oleh pembeli kemudian dilanjutkan dengan serah terima atau ijab qabul yang sah disertai saling ridha meridhai. Sesuai dengan firman Allah SWT dalam QS. An-Nisa 4:29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِا لَبِا طِل إِلَّا أَنْ تَكُونُ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا { ٢٩ }

Artinya :

*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*⁹

Berdasarkan ayat di atas dengan tegas menjelaskan orang memakan harta orang lain atau hartanya sendiri dengan jalan batil, artinya tidak ada haknya. Memakan harta sendiri dengan jalan batil ialah membelanjakan hartanya pada jalan maksiat. Memakan harta orang lain dengan jalan batil ada berbagai caranya, seperti pendapat suddi,

⁸ Ibid.

⁹ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al – Qur'an dan Terjemahnya*, (Pustaka Agung Harapan, 2016). 83.

memakannya dengan jalan riba, judi, menipu, dan menganiaya. Menurut Hasan dan Ibnu Abbas, memakan harta orang lain dengan tidak ada pergantian. Termasuk juga dalam jalan batil ini segala jual beli yang dilarang syara', yang tidak termasuk ialah jalan perniagaan yang saling "berkeridhaan" (suka sama suka) di antaranya, yakni dari kedua pihak. Yang jelas dengan perniagaan yang diperbolehkan oleh syara'.

Dalam ajaran Islam memberikan perhatian yang besar terhadap kesempurnaan mekanisme pasar. Mekanisme pasar yang sempurna merupakan resultan dari kekuatan yang bersifat massal. Pasar yang bersaing sempurna dapat menghasilkan harga yang adil bagi penjual maupun pembeli. Oleh karena itu, Islam sangat memperhatikan konsep harga yang adil dan mekanisme pasar yang sempurna.

Berdasarkan pemaparan dari latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat permasalahan mengenai "Pemasangan Label Harga terhadap barang dagangan di Minimarket ditinjau dari Hukum Islam dan Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 35 Tahun 2013 (studi kasus di Minimarket Desa Telang, Kamal).

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana praktek penerapan Pemasangan Label Harga terhadap barang dagangan di minimarket?

2. Bagaimana penerapan Pemasangan Label Harga terhadap barang dagangan di minimarket ditinjau dari Hukum Islam dan Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 35 tahun 2013?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan dari penelitian ini adalah:
 - a. Untuk mengetahui praktek penerapan Pemasangan Label Harga terhadap barang dagangan di minimarket.
 - b. Untuk mengetahui penerapan Pemasangan Label Harga terhadap barang dagangan di Minimarket ditinjau dari Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 35 tahun 2013 dan Hukum Islam.
2. Kegunaan penelitian ini adalah:
 - a. Secara Teoritik
penelitian ini berguna untuk mengetahui perspektif Peraturan menteri perdagangan RI No. 35 Tahun 2013 mengenai Pemasangan Label Harga terhadap barang dagangan di minimarket yang berada di Desa Telang, Kamal.
 - b. Secara Praktis
Penelitian ini berguna agar memberikan pemahaman dan pengetahuan bagi masyarakat dalam melakukan transaksi jual beli secara umum maupun secara khusus tentang Pemasangan Label Harga terhadap barang dagangan di minimarket bagi para konsumen sehingga pihak konsumen tidak merasa dirugikan.

D. Kajian Pustaka

Berdasarkan kajian yang telah penulis lakukan terhadap kepustakaan, maka penulis bisa membandingkan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya:

1. Skripsi Novia yang berjudul “Perlindungan Konsumen terhadap Selisih Harga pada Label Display dan Kasir Berdasarkan Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen” (Studi Kasus di Supermarket Pamela Dua dan Super Indo Yogyakarta). Penelitian ini membahas tentang perlindungan hukum bagi konsumen yang bersifat preventif dan represif yang dimana ia mengambil 2 sampel yaitu di supermarket pamela dan superindo yang ditinjau dari Undang-Undang No.8 Tahun 1999. Perlindungan hukum preventif yang diberikan supermarket pamela yakni masih sangat rendah terbukti dari banyaknya jumlah responden yang pernah mengalami selisih harga, sementara untuk perlindungan represif yang diberikan sudah cukup baik. Pihak supermarket bertanggung jawab memberikan harga terendah bagi konsumen yang mengalami selisih harga, sedangkan untuk SuperIndo Perlindungan hukum preventif diberikan sudah cukup baik terlihat dari jumlah responden yang mengalami selisih harga relatif kecil. Namun perlindungan hukum represifnya dalam

pelaksanaanya masih sangat rendah dan tidak adanya responden yang diberikan harga terendah atas komplain yang diajukan.¹⁰

Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan penulis berada pada tinjauan dan selisih harga yang diambil, Pada skripsi Novia tersebut tinjauan yang diambil adalah Undang-undang No.8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen sedangkan yang dijadikan tinjauan oleh penulis Hukum Islam dan Peraturan Menteri RI No. 35 Tahun 2013

2. Skripsi Yuliana yang berjudul “Perbedaan Harga Barang di Kasir dengan Label Harga di Tinjau dari Undang-Undang No.8 tahun 1999, Peraturan Menteri Perdagangan RI No.35/M-Dag/Per/7/2013 dan Fiqh Muamalah” (Studi Kasus di Toko Basmalah, Kamal). Dimana penelitian ini membahas tentang perbedaan harga barang dikasir di toko Basmalah yaitu terjadi bentuk kelalaian dari pihak karyawan karena pada dasarnya apabila ada kenaikan harga dari supliyer sehingga kepala toko Basmalah menginformasikan kepada para karyawan terkait kenaikan harga pada barang yang baru datang. Dan pemberian harga barang yang baru datang dimulai dari kasir, kemudian rak barang. Namun pada bagian rak barang, karyawan toko Basmalah

¹⁰ Novia yulianti Azali, “*Perlindungan kosumen terhadap selisih harga pada label display dan kasir berdasarkan Undang-Undang No.8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen*” (Studi kasus di supermarket pamela dua dan super indo Yogyakarta). Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2016.

kurang selektif dalam memberikan harga antara kasir dengan rak barang.¹¹

Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan penulis adalah berada pada tidak adanya pencantuman label harga bukan perbedaan harga, dalam skripsi Yuliana tersebut menjelaskan perbedaan harga yang jauh berbeda ketika konsumen telah mengambil barang yang tertera pada rak ketika ia ingin membayar harga yang berada di rak jauh berbeda dengan harga yang dikasir, kesalahan label harga dengan daftar harga pada mesin komputer pembayaran sering terjadi. selain itu terdapat kesalahan seperti menetapkan dua harga dalam satu barang.

3. Skripsi Rizka yang berjudul “Analisis Motivasi Belanja Konsumen Minimarket dan Warung Kelontong dalam Perspektif Islam”(Studi Kasus di Kelurahan Bulurokeng Kota Makassar). Dimana penelitian ini membahas tentang menganalisa maraknya konsumen yang lebih banyak berbelanja produk dan barang di minimarket karena selain memiliki promosi, juga menyediakan beragam barang yang lengkap, kualitas yang terjamin dan tata letak yang lebih baik. Namun meskipun konsumen lebih banyak beralih ke minimarket tetap konsumen berbelanja keperluan dapur di toko kelontong dikarenakan harga yang

¹¹Yuliana, “Perbedaan harga barang di kasir dengan label harga di Tinjau dari Undang-Undang No.8 tahun 1999, peraturan menteri perdagangan RI No.35/M-Dag/Per/7/2013 dan Fiqh Muamalah” (Studi kasus di Toko Basmalah, Kamal). Skripsi Universitas Trunojoyo Madura, 2019.

lebih murah.¹² Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan penulis adalah penulis meneliti tentang labelisasi harga terhadap barang dagangan di minimarket di Tinjau dari peraturan menteri No.35 tahun 2013 dan fiqh muamalah sedangkan skripsi dari riska hanya menganalisis dari 2 pandangan konsumen dalam berbelanja di minimarket dan toko kelontong.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan berfungsi untuk menyatakan garis besar pada masing-masing bab yang saling berurutan. Hal ini bertujuan untuk memperoleh penelitian yang ilmiah dan sistematis agar dapat memudahkan pembaca dalam pembahasan skripsi ini terdiri lima bab yang masing-masing bab memiliki pembahasan tersendiri. adapun garis besar sistematika penulisan skripsi akan dipaparkan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab pertama ini dipaparkan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teriotik dan sistematika pembahasan semua yang ada di bab ini mengarahkan pada pembaca kepada substansi penulisan penelitian ini.

BAB II (Landasan Teori)

Berisi penjelasan tentang teori yang berkaitan dengan permasalahan. Yang berisi penjelasan dalam penelitian, yang bertujuan sebagai landasan

¹²Rizka, “*Analisis motivasi belanja konsumen minimarket dan warung kelontong dalam Perspektif Islam*”(Studi kasus di Kelurahan Bulurokeng Kota Makassar). Skripsi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2017.

pembahasan dan pemecah masalah. seperti teori yang akan dijadikan landasan yaitu, Hukum Islam dan Peraturan Menteri Perdagangan RI No.35 Tahun 2013 Tentang pencantuman harga barang dan tarif jasa yang diperdagangkan.

BAB III (Metode Penelitian)

Terkait dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis, dalam bab ini menjelaskan tentang metode penelitian yang akan digunakan oleh peneliti, bahan dalam sebuah penyusunan antara lain meliputi jenis penelitian, sifat penelitian, pendekatan penelitian, subyek penelitian, metode pengumpulan data dan analisis data.

BAB IV (Hasil Penelitian)

Dalam bab ini merupakan bab yang paling inti yaitu analisa, yang mana bab ini akan menjelaskan tentang hasil penelitian dengan menggunakan teori yang bersangkutan dan analisis terhadap apa yang sudah didapat dari hasil penelitian.

BAB V (Penutup)

Bab ini berisi bab penutup yang berisikan kesimpulan penyusun terhadap hasil analisis pada bab keempat secara sederhana, yang dapat meliputi kumpulan data dan informasi sesuai dengan rumusan masalah serta diakhiri dengan sarana berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukannya dan diakhiri dengan saran-saran penulis.