

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di tengah arus modernisasi dan dinamika globalisasi masa kini, norma hukum yang lahir dan tumbuh dalam kehidupan sosial dan kenegaraan memiliki tujuan utama yang ingin diwujudkan. Sesungguhnya, tujuan pokok hukum adalah membangun sebuah tatanan masyarakat yang harmonis, tertib, damai, serta menjaga keseimbangan kehidupan sosial. Selain itu, hukum diharapkan mampu menjamin perlindungan terhadap kepentingan setiap individu tanpa saling bertabrakan, sejalan dengan landasan filosofis yang dianut oleh suatu negara.¹

Dalam kerangka upaya merealisasikan kesejahteraan bersama sebagai manifestasi konkret dari salah satu tujuan negara, ketentuan Pasal 33 Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 secara tegas dan pasti menetapkan jaminan fundamental yang berperan krusial dalam merealisasikan perekonomian nasional sekaligus menjamin kesejahteraan sosial yang nyata, berkelanjutan, dan berlandaskan prinsip efisiensi yang berkeadilan demi menjaga keutuhan ekonomi nasional.²

Dalam rangka mewujudkan efisiensi perekonomian nasional di tengah dinamika kemajuan zaman, diperlukan peran aktif dan kontribusi signifikan dari seluruh warga negara, khususnya para pelaku usaha. Hal ini bertujuan

¹ Dewa Gede Sudika Mangku, *Pengantar Ilmu Hukum*, (Klaten: Lakeisha, 2020), 29.

² Cindy Kus Utari, et, *Undang-Undang Dasar 1945 Dan Amandemennya Untuk Pelajar Dan Umum*, (Jakarta: PT Grasindo, 2017), 43.

untuk mendukung berkembangnya dunia usaha yang sehat dan berkelanjutan, sehingga dapat memproduksi beragam barang serta jasa berkualitas yang meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara luas. Selain itu, upaya ini juga memberikan jaminan atas keabsahan produk dan layanan yang beredar di pasar, tanpa menimbulkan dampak negatif bagi konsumen dari berbagai lapisan.³ Percepatan perkembangan ekonomi dalam rangka pencapaian kesejahteraan masyarakat sering kali diiringi dengan munculnya beragam tantangan yang menjadi sorotan publik. Salah satunya adalah praktik pelabelan promosi pada harga pasar yang marak dijumpai di berbagai wilayah, baik di perkotaan maupun pedesaan, yang berpotensi menimbulkan kerugian bagi konsumen. Selain itu, penyelesaian masalah ini turut memengaruhi tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan.⁴

Ketidakseimbangan posisi antara pelaku usaha dan konsumen, di mana konsumen menempati posisi yang lebih rentan dalam memenuhi kebutuhan serta kebebasan memilih jenis barang dan jasa, menjadi latar belakang lahirnya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Konsumen seringkali hanya diperlakukan sebagai objek dalam aktivitas perdagangan, sementara pelaku usaha berfokus mengejar keuntungan sebesar-besarnya tanpa memperhatikan kesejahteraan konsumen. Berbagai praktik penjualan yang merugikan ini menjadi sumber utama keluhan konsumen yang muncul akibat perilaku tidak bertanggung jawab dari para pelaku usaha.

³ Saptono Raharjo, *Undang-Undang Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: Bhuana Ilmu Populer, 2017), 1.

⁴ Aris Priyo Agus Santoso, dkk, *Hukum Perlindungan Konsumen Suatu Pendekatan Praktis Dan Aplikatif*, (Bantul: Pustaka Baru Press, 2022), 33.

Dalam pelaksanaan nyata, strategi pemasaran kerap memanfaatkan istilah seperti promo atau tawaran istimewa guna meningkatkan daya tarik produk. Namun, tidak jarang terdapat disparitas signifikan antara harga promo yang diumumkan dengan harga pasar sesungguhnya. Fenomena ini menimbulkan kekhawatiran terkait integritas dan kejujuran dalam transaksi jual beli, mengingat salah satu prinsip utama *mu'āmalah* adalah keterbukaan dan transparansi pada setiap proses perdagangan serta larangan keras terhadap praktik penipuan yang dapat merugikan salah satu pihak.

Selain dari sudut pandang *fiqh mu'āmalah*, ranah hukum positif juga mengatur perlindungan konsumen melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang tercantum dalam Pasal 4 dan 5 terkait hak dan kewajiban konsumen, serta Pasal 10 dan 17 yang melarang pelaku usaha membuat iklan atau penawaran produk barang/jasa yang bersifat tidak jujur atau menyesatkan. Di samping itu, Pasal 29 dan 30 mengatur mekanisme pengawasan dan pembinaan terhadap pelaku usaha.

Dalam konteks ini, konsumen kerap kali dirugikan, khususnya mereka yang belum memahami harga pasar suatu produk secara memadai. Fakta ini menunjukkan bahwa kewajiban pelaku usaha belum sepenuhnya dijalankan secara efektif, sementara hak-hak konsumen belum terpenuhi secara optimal, sehingga menimbulkan kerugian saat bertransaksi di berbagai pusat perbelanjaan, toko kelontong pinggiran kota, maupun daerah lain.

Penulis juga menyadari terdapat banyak keterbatasan dan kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran yang konstruktif

sangat diharapkan demi peningkatan mutu dan kesempurnaan karya ilmiah ini.

B. Identifikasi Masalah

Berlandaskan konteks yang telah dijelaskan sebelumnya, maka perumusan persoalan yang akan menjadi fokus kajian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Pembeli atau konsumen mengalami kebingungan dan kerugian atas kegiatan tersebut.
2. Pembeli atau konsumen membutuhkan perlindungan atas kegiatan kegiatan tersebut.
3. Pembeli atau konsumen memerlukan transparansi sebagai bentuk hak dan kewajiban sebagai hak dan kewajiban sebagai pembeli.

C. Pembatas Masalah

Pembatasan ruang lingkup masalah diterapkan guna mencegah meluasnya atau terjadinya penyimpangan dari inti permasalahan, sehingga penelitian dapat berjalan dengan fokus yang jelas dan proses pembahasan menjadi lebih efektif, sehingga sasaran penelitian dapat tercapai secara optimal. Berdasarkan identifikasi permasalahan yang telah dirumuskan, penelitian ini memfokuskan perhatian pada analisis *fiqh mu'āmalah* dan upaya perlindungan konsumen dalam aktivitas pelebelan promo tersebut dengan merujuk pada ketentuan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang dijadikan bahan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana praktek terhadap penggunaan pelebelan promo dengan harga pasaran?
2. Bagaimana analisis dari *fiqh mu'āmalah* dan analisis dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen terhadap penggunaan pelebelan promo yang sama dengan harga pasaran.

E. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan
 - a. Mempelajari penerapan pelebelan promo sesuai harga pasar di Kecamatan Sukorame, Kabupaten Lamongan.
 - b. Untuk mengetahui wujud perlindungan konsumen yang ditimbulkan akibat adanya pelebelan promo sama dengan harga pasaran di wilayah Kecamatan Sukorame Kabupaten Lamongan dalam pandangan Undang-Undang Hukum Perlindungan Konsumen dan *fiqh mu'āmalah*.
2. Kegunaan Penelitian
 - a. Sebagai kontribusi pengayaan ilmu di Program Studi Hukum Bisnis Syariah, Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura, karya ini bertujuan menyediakan wawasan tambahan bagi para pembaca sekaligus menjadi sumber acuan bagi penelitian lanjutan dalam bidang yang serupa.

- b. Tulisan ini dapat dijadikan sumber rujukan bagi pembaca dalam memahami berbagai efek yang timbul akibat perbandingan harga yang disandingkan dengan penggunaan istilah promo serta harga pasar, termasuk bentuk-bentuk perlindungan konsumen yang diinisiasi oleh pemerintah untuk menjaga hak-hak pembeli.

F. Kajian Pustaka

Tinjauan pustaka membantu mempermudah penelitian, menghindari plagiaris, dan menjelaskan perbedaan dengan penelitian sebelumnya :

1. Dalam skripsi karya Dewi Nabila Az'zahra yang berjudul *Perlindungan Konsumen Terhadap Perbedaan Harga Produk Antara Label Harga dan Pembayaran di Kasir Berdasarkan Undang-Undang No.8 Tahun 1999 serta Hukum Islam*, dianalisis fenomena ketidaksesuaian harga produk yang tercantum pada label dengan jumlah yang dibayarkan di kasir pada Alfamart Jalan Kaliurang KM.13, Sleman, Yogyakarta. Faktor-faktor penyebab ketidaksesuaian harga tersebut antara lain adalah kelalaian karyawan dalam memasang label harga terbaru yang sudah dicetak pada produk, kesalahan petugas saat mengganti label harga lama dengan yang baru, serta adanya data harga produk yang bermasalah dari pihak kantor pusat.⁵
2. Dalam skripsi karya Vira Praditha Salsabillah yang berjudul *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Pamflet Promosi yang Tidak Sesuai*

⁵ Dewi Nabila Az'zahra, *Perlindungan Konsumen Terhadap Selisih Harga Produk Pada Lebel Harga Dengan Pembayaran di Kasir Menurut Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Dan Hukum Islam*, (Universitas Islam Indonesia, 2019).

Dengan Harga di Kasir pada Restoran Makanan Cepat Saji, dibahas mengenai strategi pelaku usaha restoran cepat saji dalam menyebarkan pamflet promosi sebagai media komunikasi. Dalam konteks ini, pelaku usaha berperan sebagai sumber sekaligus pembuat dan pengirim informasi kepada calon konsumen. Ketika pamflet promosi tersebut mendapatkan respon berupa kunjungan dan pembelian dari konsumen, maka telah terjadi proses komunikasi yang aktif antara pelaku usaha dan konsumen. Hubungan hukum yang terbentuk di antara keduanya adalah perjanjian jual beli, yang sifatnya tidak mengharuskan adanya bentuk perjanjian tertulis dan formal. Dengan kesadaran penuh dan tanpa paksaan, pelaku usaha menyampaikan niatnya secara tertulis melalui pamflet yang mereka buat sendiri. Selain itu, objek yang ditawarkan tidak boleh bersifat fiktif, artinya foto menu yang dipromosikan harus sesuai dan tidak berbeda dengan menu makanan yang diterima konsumen saat transaksi berlangsung.⁶

3. Skripsi karya Rezki Wibowo Jas, *Perlindungan Konsumen Terhadap Perbedaan Harga Barang Antara Yang Tercantum Di Rak Dengan Di Mesin Kasir Indomaret*. Dalam skripsi tersebut berisi tentang upaya perlindungan konsumen dan juga hambatan dalam perlindungan konsumen terhadap perbedaan harga barang antara yang tercantum di rak dengan di mesin ksir indomeret di indomaret cabang Lipat Kain Kecamatan Kampar Kiri. Kejadian tersebut sering kali terjadi hingga

⁶ Vira Praditha Salsabillah, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Pamflet Promosi Yang Tidak Sesuai Dengan Harga di Kasir Pada Restoran Makanan Cepat Saji*, (Universitas Hasanudin, 2023).

menjadi keluhan konsumen yang membawa uang pas, dimana perbedaan harga tersebut membuat bingung dan konsumen merasa di rugikan dari adanya kegiatan tersebut, oleh sebab itu terdapat perlindungan konsumen dari kegiatan tersebut diantaranya terdapat perlindungan hukum yang bersifat preventif (pencegahan) dan perlindungan hukum yang bersifat represif (penyelesaian sengketa) dan perlindungan hukum yang diberikan oleh pihak tempat belanja tersebut.⁷

G. Sistematika Pembahasan

Agar memberikan kemudahan bagi pembaca, penulis menyusun sistematika pembahasan yang terbagi ke dalam lima bab dengan urutan sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan, Penjelasan ringkas yang menguraikan keseluruhan penelitian ini mencakup beberapa bagian penting, meliputi latar belakang, perumusan masalah, tujuan serta manfaat penelitian, serta susunan sistematika pembahasan.

BAB II :Landasan Teori, Bab ini menjelaskan tentang teori-teori dan konsep yang digunakan dalam penelitian, yang bertujuan sebagai landasan pembahasan dan pemecah masalah yang berkaitan tentang analisis *fiqh mu'āmalah* dan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terhadap pelebelan promo.

BAB III : Metode Penelitian, Bagian ini menguraikan metode penelitian

⁷ RezkiWibowo Jas, “Perlindungan Hukum Terhadap Harga Barang Antara Yang Tercantum Di Rak Dengan Di Mesin Kasir Indomaret”, (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2023).

yang diterapkan dalam menelaah permasalahan yang diangkat oleh penulis , yang terdiri dari jenis penelitian, sumber data, sifat penelitian, pendekatan penelitian, Teknik pengumpulan data, dan Teknik analisis data. Dimana penulis mengangkat isu tentang analisis *fiqh mu 'āmalah* dan undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen terhadap pelebaran promo.

BAB IV : Hasil Penelitian, Merupakan bagian yang menguraikan permasalahan utama dalam penelitian ini, yakni kajian perbandingan harga antara penggunaan istilah "promo" dengan harga pasar, ditinjau berdasarkan ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Penelitian ini dilakukan di sebuah toko konter handphone yang berlokasi di Kecamatan Sukorame, Kabupaten Lamongan. Selain itu, dalam bab ini juga disajikan analisis terhadap temuan penelitian yang mengacu pada teori serta ketentuan hukum yang relevan, khususnya yang tercantum dalam *fiqh mumalah* dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

BAB V : Penutup, bagian ini berisi kesimpulan dan hasil penelitian dan diakhiri dengan saran-saran penulis.