

ABSTRAK

Loyalitas atau kepercayaan pelanggan terhadap produk yang dijual oleh pelaku usaha merupakan konsep yang paling penting sebab jika konsumen merasa puas terhadap barang atau jasa yang dikonsumsi mereka akan membeli kembali produk tersebut di tempat yang sama karena Islam sangat memperhatikan konsep harga yang adil dan mekanisme pasar yang sempurna. Oleh karena itu penulis menganalisis skripsi yang berjudul “Pemasangan Label Harga Terhadap Barang Dagangan di Minimarket DiTinjau dari Hukum Islam dan Peraturan Menteri Perdagangan RI No.35 Tahun 2013” ini untuk menjawab pertanyaan bagaimana pemasangan label harga terhadap barang dagangan di minimarket serta untuk mengetahui bagaimana tinjauannya dari hukum Islam dan Peraturan menteri RI No. 35 Tahun 2013.

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat deskriptif analisis dengan memberikan gambaran atau permasalahan yang terjadi di lapangan, yang selanjutnya dianalisis untuk menghasilkan kesimpulan. Pendekatan yang digunakan adalah normatif empiris yang berpedoman pada ketentuan hukum Islam. Teknik analisis data diperoleh melalui observasi, wawancara, serta dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa praktik pemasangan label harga terhadap barang dagangan di minimarket tidak sesuai dengan salah satu anjuran hukum Islam yaitu masalah dalam segi kualitas dan kekuatan sebagai hujjah yang dimana pemenuhan *masalah hajjiyah* kepada pihak konsumen (masyarakat). Selanjutnya mengenai hasil tentang kepatuhan hukum peneliti menemukan hasil di lapangan jika pelaku usaha tidak melakukan kepatuhan hukum terhadap peraturan yang dikeluarkan pemerintah mengenai pemasangan label harga dikarenakan tidak ketahuan mereka terhadap peraturan tertulis tersebut. Dengan demikian kedua aturan baik Permendag maupun Hukum Islam sama-sama tidak dipraktekkan oleh pengelola minimarket di desa Telang, Bangkalan.

Kata Kunci : Pemasangan label harga, Hukum islam, Kepatuhan Hukum

ABSTRACT

Loyalty and customer trust to the products Sell is the most important concept because if the consumers are satisfied with the goods or services they are repurchase of the product in the same place because Islam is very concerned about the concept of fair pricing and perfect of market mechanism. Therefore, the writer this thesis with entitled "Price Labeling of Merchandise in Minimarkets as seen in Islamic Law and Minister of Trade Regulation No.35 of 2013", is a research to answer the question of how to prices of label on merchandise in minimarkets and to find out as seen in Islamic law and RI Ministerial Regulation No. 35 of 2013.

This study used the qualitative research and the type of research is field research. It is a analytic descriptive methoded by providing a picture or the problems that occurs in the field, and then analyzed to produce of the conclusions. the approach used of empirical normative which is guided by the provisions of Islamic law. Data analysis techniques were obtained through observation, interviews, and documentation.

The results of this study show that the practice of the price tags on merchandise in minimarkets is not adjusment by one of the recommendations of Islamic law, namely *maslahah* in terms of quality and strength as a *hujjah* where the fulfillment of *maslahah hajibah* to the consumer (society). Furthermore, regarding the results of legal compliance the researchers found the results in the field if the business man did not obey with the legal rules by the government concerning of the price tags due to their ignorance of the written Rules. Thus, both rules of Minister of Trade or Islamic Law did not practiced by the minimarket manager in the Telang Bangkalan area.

Keyword : Price lebelling, Islamic law, Legal Compliance